



# 春季高考模拟试卷

## 商品贸易

春季高考丛书编写委员会 编



为鸿鹄学子插上腾飞之翼

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

### 内容简介

为帮助春季高考考生夯实基础，巩固知识，提高应试能力，我们组织编写了2016年山东省“春季高考模拟试卷”复习丛书。试卷完全按照2015年春季高考考试试卷设计，题型、题量、分值等均与考试真题完全一致。本丛书旨在使考生强化基础落实，透析考情考向，提升解题技能，规范表达流程，切实提高实战水平。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

春季高考模拟试卷. 商品贸易 / 春季高考丛书编写委员会编. —北京：电子工业出版社，2016.1  
ISBN 978-7-121-27789-4

I. ①春… II. ①春… III. ①商品学-中等专业学校-习题集-升学参考资料 IV. ①G718.3②F76-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第296021号

策划编辑：刘佳

责任编辑：韩玉宏

印刷：

装订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开本：787×1092 1/8 印张：10 字数：256千字

版次：2016年1月第1版

印次：2016年1月第1次印刷

定价：36.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

# 前 言

为了帮助参加春季高考的广大中等职业学校的考生升入理想大学，我们邀请了一批资深教研员，以及国家级重点职业学校的具有丰富春季高考教学工作的一线名师，虚心听取师生的意见与建议，在深入研究考试说明的基础上，精心编写了春季高考模拟试卷，方便参加春季高考的考生复习备考使用。

为了使本套模拟试卷具有针对性、科学性和高效性，我们对近几年春季高考的真题进行了详细分析，深入解读春季高考考什么、怎么考，聚焦高考热点、高频考点，注意命题角度和题型变化，博采众长，反复斟酌，探索命题规律，预测命题趋势，试题以高考真题为模板，力求每套模拟试卷考点覆盖、梯度难度均与春季高考接轨。

本套丛书具有如下特点。

**编委阵容强大：**编者均系山东省资深教研人员和山东省内国家级中职改革发展示范校及国家级重点中等职业学校的一线骨干教师，具有丰富的春季高考复习教学经验，并常年研究春季高考命题方向。

**编写体系成熟：**本套丛书严格按照最新的山东省春季高考考试说明进行编写，宏观布局，细部优化，科学总结命题规律，精确预测命题趋势。为提高本套丛书的质量，特聘请资深专家严格把关。

**编写内容齐全：**内容涵盖了最新春季高考考试说明中要求掌握的全部考点，知识覆盖全面，题型覆盖全面。同时，以训练为主线，以考点为核心，题目新颖，具有很强的导向性。

本套丛书集权威性、科学性、实用性和前瞻性于一体，是考试说明的权威解读，为一线名师心血的结晶，是参加春季高考的考生复习备考时的必备指导用书。同时，可登录电子工业出版社华信教育资源网（<http://www.hxedu.com.cn/>）下载其他相应资料。

由于编写时间仓促，在编写过程中难免有不妥之处，恳请同行专家不吝指正，欢迎广大师生提出宝贵意见，并将此信息反馈到电子工业出版社（邮箱：[liujia@phei.com.cn](mailto:liujia@phei.com.cn)），以使本套丛书不断完善。

春季高考丛书编写委员会

# 目 录

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（一）	1
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（二）	6
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（三）	11
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（四）	16
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（五）	21
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（六）	26
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（七）	31
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（八）	36
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（九）	41
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（十）	46
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（十一）	51
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题（十二）	56
山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试商品贸易专业试题答案	61

## 编委会名单

主任委员：李志敏 冉维原 李 铎

副主任委员：刘悦梅 冷子花 张春雨 孙秋美 孟宪丽

潘 燕 乔在敏 陈守川

本书主编：孙秋美

本书副主编：郭 明 孙德彩

本书参编：任 静 孙佳珏 李爱玲 徐振楠

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（一）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 期货交易具有的特点是（ ）。
- A. 不可触摸性
- B. 价格波动性较大的商品
- C. 义务性
- D. 容易消失性
2. 美的集团重视和分销商、供货商的关系，保证了在销售旺季的产销顺畅，以下说法符合本案例所体现的营销观念的是（ ）。
- A. 真正把消费者的需求放在第一位
- B. 企业重视关系营销，关心与各个组织的长久发展
- C. 企业经营的重点是提高生产效率和分销效率，增加产量，降低成本
- D. 服务对象是消费者、整个社会和全球经济
3. 微观营销环境中最重要的因素是（ ）。
- A. 竞争者
- B. 供应商
- C. 企业内部
- D. 顾客
4. 企业通过改变自己的营销战略，主动地去适应环境的变化，以减轻环境威胁的程度，这是应对环境威胁的（ ）。
- A. 减轻对策
- B. 促进对策
- C. 转移对策
- D. 选择策略
5. 某企业只生产一种彩电供应高收入、中收入、低收入的顾客，这种占领目标市场的方式是（ ）。
- A. 单一市场集中
- B. 产品专门化
- C. 市场专门化
- D. 选择性专门化
6. 市场细分的第四个步骤是（ ）。
- A. 选择市场细分的标准，列出消费者群体的需求情况
- B. 进一步分析各子市场
- C. 筛选细分市场
- D. 初步市场细分
7. 一般只有实力雄厚的大企业才能采用（ ）。
- A. 单一市场集中
- B. 产品专门化
- C. 市场专门化
- D. 完全市场覆盖
8. 关于产品，下列说法不正确的是（ ）。
- A. 核心产品是客户真正要购买的东西

- B. 核心产品的五个标志包括包装、品质、式样、特征和品牌
- C. 扩展产品主要包括产品的运送、安装、保证和维修等
- D. 产品组合的要素包括产品线、产品项目、产品线宽度、产品线深度和关联度
9. 企业采用向上延伸策略是因为（ ）。
- A. 利用低档产品的声誉，吸引购买力水平高的客户慕名购买此产品线中的高档产品
- B. 高档产品市场具有较大的潜在成长率和较高利润率的吸引
- C. 补充企业产品线的空白，进一步扩大市场
- D. 企业生产专业化，更好地减少资源占用
10. 下列说法不正确的是（ ）。
- A. 回扣是一种间接折扣形式
- B. 季节折扣有利于减少库存，加速商品流通，迅速收回资金，促进企业均衡生产
- C. 习惯定价的优点是价格单一，方便了买卖双方，有利于扩大商品的销售
- D. 声望定价策略适用于一些传统的名优产品、具有历史地位的民族特色产品
11. 某电器公司为了促使各地销售代理商执行销售、维修、信息提供和促销宣传“四位一体”的功能，而给予代理商一定的价格折扣，这种折扣是（ ）。
- A. 功能折扣
- B. 现金折扣
- C. 季节折扣
- D. 数量折扣
12. 下列渠道冲突属于垂直渠道冲突的是（ ）。
- A. 某连锁店总部与各分店之间的冲突
- B. 某产品的零售商之间的冲突
- C. 某产品的制造商与竞争对手之间的冲突
- D. 同一地区各连锁分店之间的冲突
13. 企业选定合格的中间商之后，要加强对中间商的激励、监督和管理，下列属于直接激励方式的是（ ）。
- A. 提供适销对路的优质产品
- B. 给予中间商销售返利
- C. 帮助中间商积极开展促销活动
- D. 协助中间商进行人员培训
14. 在推销人员事先已基本掌握了客户需求状况和消费心理的前提下，适合采用（ ）。
- A. 配方—成交策略
- B. 刺激—反应策略
- C. 试探性策略
- D. 诱导性策略
15. “多则惑、惑则迷、迷则乱、乱则空”，要求广告在制作时应（ ）。
- A. 表现广告主题
- B. 重点突出
- C. 简明易懂
- D. 表达感情
16. 衡量一个国家对外贸易状况的重要指标的是（ ）。
- A. 贸易差额
- B. 国际贸易条件
- C. 贸易依存度
- D. 国际贸易商品结构
17. 自由贸易这一思想首先是由哪国的工业资产阶级提出来的？（ ）。
- A. 英国
- B. 美国
- C. 德国
- D. 中国
18. 李斯特认为保护本国工业的重要手段是（ ）。
- A. 非关税
- B. 关税
- C. 其他行政措施
- D. 都不对
19. 滑动关税是指（ ）。

- A. 反倾销税

B. 反补贴税

C. 差价税

D. 特惠税
20. 下列选项不属于国民待遇原则适用范围的是（ ）。
- A. 商标注册

B. 版权

C. 土地购买权

D. 专利权
21. WTO 的最高权利机构是（ ）。
- A. 部长级大会

B. 委员会

C. 秘书处

D. 总理事会
22. 一个国家或地区对进口商品除征收一般正常关税以外所加征的额外关税是指（ ）。
- A. 进口税

B. 名义关税

C. 保护关税

D. 进口附加税
23. 某国为了促进出口，使国内劳动者工资过分地低于国外，该国采取的是（ ）。
- A. 社会倾销

B. 外汇分红

C. 出口补贴

D. 商品倾销
24. 非歧视原则对进口产品在国内措施方面的体现是（ ）。
- A. 非歧视原则

B. 最惠国待遇原则

C. 国民待遇原则

D. 透明度原则
25. 进口国家有意识地利用复杂苛刻的产品技术标准、卫生检疫规定、商品包装和标签的规定来限制进口的是（ ）。
- A. 进口押金制

B. 技术性贸易壁垒

C. 专断的海关估价

D. 最低进口限价制
26. 保证商品推销顺利进行的关键是（ ）。
- A. 推销品质量

B. 推销信息

C. 企业

D. 推销对象
27. 办公用品、生活用品的上门推销适用于（ ）。
- A. “迪伯达”模式

B. “菲比”模式

C. “爱达”模式

D. “埃德帕”模式
28. 推销员小张在阿里巴巴网站找到一家需要蓝色牛仔布的服装厂，该推销人员采用的寻找顾客的方法是（ ）。
- A. 查阅资料法

B. 普访法

C. 缘故法

D. 现有顾客挖潜法
29. 对于难以约见的潜在顾客，可以使用（ ）。
- A. 信函约见

B. 当面约见

C. 网络约见

D. 托人约见
30. 有的顾客情感细腻，自尊心很强，甚至虚荣心很强，对这样的顾客推销人员最好使用（ ）。
- A. 直接提示法

B. 间接提示法

C. 明星提示法

D. 联想提示法
31. “这件大衣确实很贵的，不过您看看这面料是澳洲纯羊毛的，这个品牌也是央视推荐的百家企业之一，穿这个品牌的大衣可是都很有品味的业界精英，这样看还贵吗?” 这种处理顾客异议的方法是（ ）。
- A. 肯定否定法

B. 优点补偿法

C. 预防法

D. 问题引导法
32. “这是一种快速清洗羽绒服的清洗剂，一喷、一擦，简单、方便。” 推销人员采用的推销洽谈方法是（ ）。
- A. 直接提示法

B. 间接提示法

C. 直接介绍法

D. 间接介绍法
33. 关于假定成交法的缺点，下列说法不正确的是（ ）。
- A. 如果使用不当会给顾客造成很大的心理压力，破坏成交气氛

B. 不利于进一步处理顾客异议

- C. 可能会使推销人员丧失推销主动权

D. 会暴露推销人员的心理成交障碍
34. 电子商务的内容包含两方面，一是电子方式，另一是（ ）。
- A. 网上广告

B. 网络销售

C. 电子合同

D. 商贸活动
35. 电子商务可以通过多种（ ）方式来完成。
- A. 网络

B. 认证中心

C. 电子通信

D. 电子交易
36. 三联家电通过互联网从海尔集团购进一批电器，该类电子商务是（ ）。
- A. B-to-G 电子商务

B. B-to-C 电子商务

C. B-to-B 电子商务

D. C-to-G 电子商务
37. 完成持卡人网上支付的正常流程的是支付网关的哪一功能?（ ）。
- A. 交易功能

B. 交易异常处理

C. 提供仲裁信息

D. 提供多种报表
38. 在支付型电子商务系统中，整个系统的关键是（ ）。
- A. 支付系统

B. 电子订单

C. 订购系统

D. 支付网关
39. 网站推广途径中的 BBS 指的是（ ）。
- A. 邮件列表

B. 新闻组

C. 搜索引擎

D. 电子公告牌
40. 下列不属于银行卡种类的是（ ）。
- A. 借记卡

B. 储蓄卡

C. 储值卡

D. 贷记卡
41. 常见问题列表的英文简称是（ ）。
- A. FAQs

B. CRM

C. ERP

D. CAD
42. 货物的承运属于（ ）。
- A. 支持交易前的系统

B. 支持交易中的系统

C. 支持交易后的系统

D. B-to-C 电子商务系统
43. 金点营销咨询公司网络部负责人刘刚计划通过网络广告宣传，推广公司的在线业务，那么他应该（ ）。
- A. 在综合门户网站投放广告

B. 在行业门户网站投放广告

C. 在搜索引擎购买关键字排名

D. 针对每个消费者开展个性化营销
44. RF 是指（ ）。
- A. 无线射频终端系统

B. 无线数据采集器

C. 电子标签辅助拣货系统

D. 现代数据存储与处理技术
45. 下列不属于国家标准规定的联运通用平托盘规格的是（ ）。
- A. 800mm×1000mm

B. 1100mm×1100mm

C. 800mm×1200mm

D. 1000mm×1200mm
46. 配送的实质是（ ）。
- A. 送货

B. 上货

C. 下货

D. 拣货
47. 就运输企业而言，其生产活动是围绕着（ ）的运行而进行的。
- A. 运输工具

B. 运输方式

C. 运输人员

D. 运输路线



48. 能维持稳定的拣货效率, 使自动化的拣货、分类设备得以发挥最大功效的批量拣取分批原则是 ( )。
- A. 定量分批      B. 智慧型分批      C. 合计量分批      D. 时窗分批
49. WMS 的功能要求不包括 ( )。
- A. 物流业务运营      B. 分拣系统监控  
C. 货物的跟踪和反馈      D. 内部管理
50. 通常把赠品与商品组合固定在一起进行销售, 如 6 瓶矿泉水为一组, 称为 ( )。
- A. 礼盒包装      B. 热收缩包装      C. 捆绑销售      D. 冷收缩包装

## 卷二 (非选择题, 共 100 分)

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 一般来说，一个细分市场要能成为企业的目标市场必须具备哪几个条件？
2. 海尔集团今年开发了一款迷你型圆柱形冰箱，除了新产品以外，还有哪些产品因素会影响公司分销渠道的选择？
3. 世界贸易组织的建立，可以说把它的触角延伸到世界经济的每个角落，那么它对世界经济贸易的影响到底表现在哪些方面呢？

4. 推销人员小张在与老同学成交后请他介绍新的客户，小张寻找新顾客的方法是什么？（1分）使用这种方法会遇到哪些心理上的难题？（4分）
5. 对企业和消费者而言，不同种类、不同层次的电子商务过程，蕴涵着不同的发展机遇，电子商务的分类可以依据哪些划分的标准？
6. 网上支付的方式有哪些？

7. 简述订单别拣取策略的优点。

三、计算题（第 1 小题 10 分，第 2 小题 5 分，共 15 分）

1. 浙江嘉义公司生产 A 产品，投资 200 万元，产品的单位变动成本是 8 元，年固定成本总额为 40 万元。
- （1）该公司采取随行就市定价策略，市场上产品价格为 16 元，若不赔本，年销量至少为多少？
- （2）若其他条件不变，年产量同（1）结果，要实现 10% 的投资收益率，产品价格为多少？

2. 假定某国以 1980 年为基期，其进出口价格指数均为 100%，1990 年出口价格指数下降 5%，进口价格指数上升 10%。
- （1）计算 1990 年该国的贸易条件。
- （2）分析该国贸易条件的情况。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （12 分）日本居民的消费水平名列世界前茅，尤其是年轻人的经济实力和购买潜力绝不容任何一个明智的商家忽视。百威啤酒进入日本市场时，就把目光对准了有极强消费欲的日本青年。
- 百威把自己的主要目标对象定位在 25~35 岁的男性，这与它原有的形象“清淡的”、“年轻人的”十分吻合。在当时的日本，百威虽然赫赫有名，但年轻人喝得更多的是国产啤酒。百威对目标人群做了详细的调查，发现日本的男青年在一天工作后，晚间喜欢与朋友一起在外喝酒娱乐，群体性消费的特点很突出，而相对来说，看电视的时间要少得多，电视广告对他们的影响十分有限。于是，百威选择了大众杂志作为突破口。百威在这些杂志上刊登颇具震撼力的广告，同时以特别精印的激情海报加强宣传攻势。广告的诉求重心是极力强化品牌的知名度，以突出美国最佳啤酒的高品质形象。
- 很快，百威便打进了日本年轻人的文化阵地，使之成为一种时尚消费和身份地位的象征。在杂志上获得成功之后，百威接着向海报、报纸和促销活动进军，几年后才开始启用电视广告促销。现在，日本年轻人早已把百威啤酒当作自己生活的一部分。
- 根据以上案例回答下列问题。
- （1）百威啤酒运用了哪种细分标准和哪些变量细分市场？（3 分）
- （2）百威啤酒的目标市场策略是什么？它有哪些优缺点？（4 分）
- （3）百威啤酒如果采用撇脂定价策略，你认为有哪些缺点？（3 分）
- （4）百威选择了大众杂志作为突破口，杂志作为广告媒体，其局限性是什么？（2 分）

2. (10 分) 从 1977 年到 1981 年, 美国进口日本汽车所占比例从 18% 提高到 25%, 而国内汽车产量下降了三分之一, 约 30 万名美国汽车工人失业。1980 年, 美国三大汽车公司共亏损 40 亿美元。结果美国和日本谈判达成协议, 1981 年到 1983 年美国从日本进口汽车限制在 168 万辆, 1984 年到 1985 年提高到每年 185 万辆。日本由于害怕美国实行更严厉的进口限制而“同意”限制汽车进口。美国的汽车生产者明智地利用 1981 年到 1985 年这段时间来降低保本点和提高质量, 但成本的节约并未传递给消费者, 底特律于 1983 年赚取了 60 亿美元的利润, 1984 年为 100 亿美元, 1985 年为 80 亿美元。日本通过出口高价汽车也赚取了高额利润。最大的损失者当然是美国公众。

根据资料回答下列问题。

- (1) 日本采用的是哪种非关税壁垒? 这种非关税壁垒有哪几种? (2 分)
- (2) 非关税壁垒从对进口不同的法令和实施上都有哪几种类型? (8 分)

3. (8 分) 新家园餐饮部为促进销售, 经常变换早餐品种。一次, 饭店请了一位厨师做了一种特制熏蛋, 味道相当好。早餐时, 服务员向顾客介绍这种熏蛋后便问顾客: “您要不要熏蛋?” 但多数顾客回答“不要”。为什么美食无人享用? 经理深思后发现, 服务员的推销语言有毛病。“要不要熏蛋?” 意思是要顾客在要和不要上做回答。经理要求服务员询问时改成: “您要一个熏蛋还是两个熏蛋?” 这样一来, 由于熏蛋声誉不错, 加之也不贵, 买来尝尝无所谓, 自然多数顾客便不好拒绝, 而都回答“一个”或“两个”。此后, 熏蛋的销量大增。

根据上述材料回答下列问题。

- (1) 经理要求服务员在推销时问: “您要一个熏蛋还是两个熏蛋?” 这运用了哪种方法? (1 分) 除此之外, 还有哪些推销洽谈的方法? (5 分)
- (2) 运用这种方法的注意事项有哪些? (2 分)

4. (10 分) 科士威一开始还只是一家传统的直销公司, 虽然也很成功, 但当互联网革命开始之时, 它毫不犹豫地选择了把握机遇, 于 2001 年创建了 eCosway, 将自己的全部业务实现了网络化, 并按照互联网的要求来对自己原有的组织和流程进行梳理, 开发了包括销售、生产、采购、服务全过程的电子商务系统, 并充分利用互联网手段, 为用户提供个性化定制和配送服务, 大大提高了客户的满意度, 一直保持着业内领先的增长速度, 成为今天世界最大的网络直销公司。与一般的购物网站有很大的不同, 作为直销模式与电子商务手段的有机结合体, eCosway 更像是一家网上百货商店。当然, 与百货商店最不同的就是, 百货商店是用户上门的, 而 eCosway 是送货上门的。在 eCosway, 顾客和厂商互动性更强, 同时由于省去了建立店铺的开销, 成本可能会降低。

信息时代, 传统商务服务市场逐渐萎缩, 令人担忧, 且从业公司数量众多, 竞争激烈。而电子商务市场潜力巨大, 在国内市场正处于高速成长阶段, 竞争相对比较小, 前景看好。除此之外, 电子商务对比传统商务服务能有效提高工作效率。

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 电子商务有哪些特征? (5 分)
- (2) 从交易的对象来看, 该企业建立的电子商务属于哪一类型? (2 分)
- (3) 在网络环境下, 市场性质发生了哪些变化? (3 分)

5. (10 分) 上海物流配送中心建立了自动化立体仓库, 在物流设备上采用了最先进的大型全自动物流系统, 从商品保管自动仓库到出库区自动化设备、全库区自动化传送带等先进物流设备一应俱全。由于自动化程度很高, 虽然其最大的保管容量达到 9620 托盘, 最大出货处理量达到 2000 托盘/日, 但是整个物流中心的配送人员才有 30 人。

根据以上材料回答下列问题。

- (1) 自动化仓库由哪些部分构成?
- (2) 自动化仓库可以带来哪些效益?

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（二）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 下列关于各种营销观念的说法不正确的是（ ）。
- A. 现在某些行业中，由于某些产品比较紧俏，缺乏竞争，仍有生产者持有生产观念  
B. 某些企业认为“名牌”就是产品质量好、款式新，这实际上是一种产品观念体现  
C. 产品观念认为，消费者通常表现出一种购买惰性或抵抗心理  
D. 现在有些企业制造假冒伪劣产品，侵犯消费者权益，这不符合社会营销观念观点
2. 在节假日对食品，日用百货的需求较大，其市场细分的标准是（ ）。
- A. 地理环境          B. 人口因素          C. 购买行为          D. 心理因素
3. 企业通过改变自己的营销战略，主动地去适应环境的变化，以减轻环境威胁的程度，这是应对环境威胁的（ ）。
- A. 减轻对策          B. 促进对策          C. 转移对策          D. 选择策略
4. 根据威胁—机会综合矩阵，机会小且威胁也小的企业是（ ）。
- A. 理想企业          B. 平淡企业          C. 冒险企业          D. 艰苦企业
5. 按照数量细分，可以将消费者市场分为（ ）。
- A. 少量使用、中量使用和大量使用  
B. 年龄、性别、收入、家庭大小  
C. 非使用者、曾经使用者、潜在使用者、初次使用者和经常使用者  
D. 单一品牌忠诚者、几种品牌忠诚者、无品牌爱好者
6. 杉杉集团专做男士西装，以全毛料为主，在市场定位时躲开杉杉，以低价为主，适应了大部分工薪阶层的需要，一度经济效益大大提高，下列说法符合企业选择市场定位策略的是（ ）。
- A. 风险较大，但是对企业而言，是一种能够激励企业奋发向上、可行的定位方式  
B. 市场风险小，成功率较高，能使企业很快在市场上站稳脚跟  
C. 以退为进，应对市场变化  
D. 市场定位不准确，需要进行调整
7. 消费者在购买家电时不仅重视产品本身的质量，也看重生产企业对产品所提供的服务，这说明消费者对（ ）的重视。

- A. 核心产品          B. 有形产品          C. 附加产品          D. 品牌产品
8. 同一种饮料、酒、烟，在超市与在饭店的价格明显不同，这是因为运用（ ）。
- A. 理解价值定价法          B. 随行就市定价法  
C. 成本加成定价法          D. 需求差异定价法
9. 企业在（ ）不宜选择提价策略。
- A. 企业产品在市场上处于优势地位          B. 产品进入成长期  
C. 季节性商品进入销售淡季          D. 竞争对手产品提价
10. 山东蔬菜基地，运送蔬菜上千里，到北京大钟寺批发市场自行销售，这种渠道的类型是（ ）。
- A. 长渠道          B. 短渠道          C. 宽渠道          D. 窄渠道
11. 某奶制品加工企业为使广大消费者能方便及时地购买到该公司的奶制品，通常应采取的分销策略是（ ）。
- A. 密集分销          B. 选择分销          C. 方便分销          D. 独家分销
12. 渠道管理的最后一项工作是定期对中间商的工作进行评价，评估的标准不包括（ ）。
- A. 总体送货水平          B. 对消费者提供的服务  
C. 在促销和培养方面的合作          D. 对次品与丢失品的处理情况
13. 推销人员的组织结构可依企业的销售区域、产品、顾客类型，以及三者的结合来设置。当产品类型较多，且技术性较强、产品间无关联时，企业适合采用的人员推销组织结构是（ ）。
- A. 区域式结构          B. 顾客式结构          C. 产品式结构          D. 复合式结构
14. （ ）的缺点是地点选择有一定的限制，不易长期保持鲜明整洁的形象。
- A. 报纸广告          B. 邮寄广告          C. 销售现场广告          D. 户外广告
15. 当产品的生命周期进入成长期的时候，企业应该（ ）。
- A. 牢牢占领市场，并设法延长该期间  
B. 在短期内迅速进入和占领市场，打开局面  
C. 抓住市场机会，迅速扩大生产能力，以取得最大的经济效益  
D. 把剩余的生产能力转移到新产品的发展上去
16. 下列选项按清偿工具分类的是（ ）。
- A. 有形贸易          B. 过境贸易          C. 易货贸易          D. 专门贸易
17. 一国的进出口贸易收支状况用（ ）来表明。
- A. 对外贸易          B. 贸易顺差          C. 有形贸易          D. 贸易差额
18. 能够比较确切地反映一国对外贸易实际规模，便于各个时期进行比较的是（ ）。
- A. 贸易顺差          B. 对外贸易额  
C. 对外贸易商品结构          D. 对外贸易量
19. 甲国生产一单位大豆需要 70 人一年的劳动，生产一单位钢材需要 80 人一年的劳动；乙国生产一单位大豆需要 110 人一年的劳动，生产一单位钢材需要 90 人一年的劳动。根据比较成本理论，则（ ）。



- A. 甲国应进口大豆和钢材  
B. 甲国应生产并出口大豆，乙国应生产并出口钢材  
C. 甲国应生产并出口钢材，乙国应生产并出口大豆  
D. 乙国应进口大豆和钢材
20. 对某个国家或地区进口的全部商品或部分商品，给予特别优惠的低税或免税待遇的是（ ）。
- A. 普通税            B. 最惠国税            C. 特惠税            D. 普惠税
21. 出口方银行直接向外国的进口厂商或进口方银行提供的贷款是（ ）。
- A. 买方信贷        B. 卖方信贷            C. 短期信贷            D. 中期信贷
22. 下列选项属于直接的非关税壁垒措施的是（ ）。
- A. 进口押金制    B. 进口许可证制        C. 海关估价            D. 最低限价制
23. 下列选项不属于促进出口行政组织中的其他措施的是（ ）。
- A. 外汇分红        B. 复汇率制            C. 出口竞争            D. 进出口连锁制
24. GATT 最基本、最重要的原则是（ ）。
- A. 合理保障原则    B. 关税保护原则        C. 非歧视原则        D. 互惠原则
25. 美国进口汽车的消费税大于本国制品，这是一种（ ）措施。
- A. 国内税            B. 进出口国家垄断    C. 歧视性政府采购    D. 最低限价
26. 下列关于信函约见的特点表述不正确的是（ ）。
- A. 有利于加深情感联系            B. 能节省大量的时间和精力  
C. 信函一般能寄送到收件人手中        D. 信息反馈率低
27. “这几件羽绒服之所以这么便宜处理，是因为这是以前橱窗模特身上的样品，羽绒服上有灰尘……”这个推销人员遵循的是（ ）。
- A. 倾听性原则    B. 诚实性原则            C. 鼓动性原则        D. 针对性原则
28. 下列选项属于权利异议的是（ ）。
- A. 保险都是骗人的            B. 我们用的是正章打印纸  
C. 等领导回来后我们再商量一下吧        D. 你们的产品我们没听说过
29. “我们全年就进行一次店庆零利润销售，错过这次您就要再等一年了，有合适的就赶紧买吧!”该推销人员使用的是（ ）。
- A. 机会成交法    B. 优惠成交法            C. 激将成交法        D. 提示成交法
30. （ ）是推销的核心，是推销人员通过摆事实、讲道理，使顾客放弃异议，双方取得共识的过程。
- A. 推销洽谈        B. 说服顾客            C. 异议处理            D. 成交
31. “阿姨，您好，我是宝洁公司的业务员李夏安，我可以占用您两分钟的时间吗?”这种寻找顾客的方法是（ ）。
- A. 普访法            B. 缘故法            C. 广告开拓法        D. 委托助手法
32. “林作家，您好，您身上这件风衣很漂亮!”推销人员接近顾客时运用了（ ）。
- A. 赞美接近法    B. 好奇接近法            C. 求教接近法        D. 搭讪与聊天接近法

33. 推销人员最基本的职责，也是推销工作的核心职责是（ ）。
- A. 搜集市场信息    B. 沟通关系            C. 销售商品            D. 提供服务
34. 通过网络银行能够全天候地存取资金、查询信息等，这体现了电子商务的（ ）特征。
- A. 普遍性            B. 方便性            C. 整体性            D. 安全性
35. 电子商务最早产生于（ ）。
- A. 20 世纪 40 年代            B. 20 世纪 50 年代  
C. 20 世纪 60 年代            D. 20 世纪 70 年代
36. 下列选项不是按电子交易范围分类的是（ ）。
- A. 本地电子商务            B. 全球电子商务  
C. 远程国内电子商务        D. 完全电子商务
37. 互联网络媒体的最大优势是（ ）。
- A. 成本低            B. 速度快            C. 交互性            D. 纵深性
38. 在网上购物时，浏览完商务中心及其中的网上商店后，接下来应该（ ）。
- A. 申请网上银行            B. 申请认证  
C. 会员或非会员登录网店        D. 确认购买
39. 在进行电子交易时，应考虑为用户提供服务和支持方面的要求，在 Internet 上为用户提供诸多信息的同时向用户提供多种（ ）。
- A. 银行信息        B. 商家信息            C. 商品信息            D. 传递信息方式
40. 为了确认交易各方的身份及保证交易的不可否认，需要有（ ）来进行验证，这就是电子安全证书。
- A. 数字证书        B. 个人照片            C. 登录口令            D. 身份证
41. 下列卡中可以透支的是（ ）。
- A. 借记卡            B. 贷记卡            C. 储值卡            D. 以上都可以
42. 下列选项属于支持交易中的系统的是（ ）。
- A. 佳能 在其官网上发布新款相机的相关信息  
B. 韩都衣舍的工作人员通过圆通物流给客户发送服装  
C. 小刚通过阿里旺旺与淘宝卖家讨价还价  
D. 上海大众在某网站上为其新款汽车做广告宣传
43. 企业商务网络中开设电子公告版的主要目的是（ ）。
- A. 统计分析对各主题的访问人次  
B. 为各种类型的经营分析提供支持  
C. 方便用户浏览网站信息，获取网站服务  
D. 吸引客户了解市场动向和引导消费市场
44. （ ）在保鲜及搬运装卸的流通中不需要采取低温冻结方式的加工。
- A. 蔬菜            B. 鲜肉            C. 某些液体商品        D. 某些药品
45. 关于批量拣货方式，下列说法正确的是（ ）。

- A. 前置时间短

B. 适合订单数量庞大的系统
- C. 导入容易且弹性大

D. 无法及时发现拣货差错
46. 用电子标签辅助拣货系统拣取货物有很多优点，以下不属于其优点的是（     ）。
- A. 可以提高拣货速度及效率

B. 操作人员需要特殊培训才能上岗
- C. 提高出货配送效率

D. 在线管理，库存数据一目了然
47. 对物流配送中心作业区域规划时，进出货月台位于仓库同侧可选用的物流动线形式是（     ）。
- A. I 型

B. S 型

C. L 型

D. U 型
48. 某公司有一大批钢材需要在两天内从济南运往上海，据天气预报这两天有暴雨，这种情况下最适合的运输方式是（     ）。
- A. 公路运输

B. 铁路运输

C. 管道运输

D. 水路运输
49. 储存密度较低、需要较多通道的货架是（     ）。
- A. 托盘货架

B. 倍深式货架

C. 旋转式货架

D. 轻型货架
50. TMS 是指（     ）。
- A. 仓库管理系统

B. 决策支持系统
- C. 管理信息系统

D. 运输管理系统

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 市场细分的程序有哪些？
2. 每个企业周围都有哪几类公众？

3. WTO 的特点是什么？
4. 推销接近的准备工作除了推销接近的物品准备，还包括哪些方面？
5. 电子商务作为现代经济活动中一种重要的手段，其本身具有哪些特征？
6. 2004 年以后，随着阿里巴巴支付宝的发展，整个网上支付产业都被带动起来了，支付宝是哪种支付方式？这种支付方式有哪些特点？

7. 影响运输方式选择的因素有哪些？

三、计算题（第 1 小题 10 分，第 2 小题 5 分，共 15 分）

1. 某企业准备生产一种新产品，经过市场调查，预计明年的销售量为 80 万件，固定成本总额为 440 万元，变动成本总额为 560 万元。
- （1）如果成本加成率是 20%，产品的单价是多少？
- （2）假定所有预计的条件不变，保本价格是多少？

2. 美国对外国进口电视机征收混合税，从价税率为 20%，从量税为每台 20 美元，某进口商以每台 200 美元的价格进口 10000 台电视机，试问该进口商要缴纳多少关税？

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （10 分）现在全世界 15 岁以上的人群中有 1/3 的人在吸烟，世界卫生组织研究发现，吸烟是一种流行病，它与肺癌、喉癌、心脏病、乳腺癌、弱视症等 25 种疾病有关，吸烟行为每年可导致世界上 300 万人死亡。于是，美国的法律规定，禁止向青少年出售香烟，同时以 1997 年 4 月为起点，到 12 年后即 2009 年 4 月禁止在香烟中使用尼古丁。根据上述资料回答下列问题。
- （1）对香烟业来说，影响其经营的环境因素是什么？
- （2）针对该情况，香烟业可以采取哪些对策？

2. （12 分）根据下表，运用所学知识回答问题。

	国家	服装（单位）	所需劳动力投入 （小时/人）	酒类（单位）	所需劳动力投入 （小时/人）
分工前	甲国	1	25	1	20
	乙国	1	15	1	18
分工后	甲国				
	乙国				
交换后	甲国				
	乙国				

- （1）完成上表内容。
- （2）上表反映的是什么理论？提出者是谁？其代表作是什么？
- （3）如果上表反映了任何国家在国际分工中都能获得好处，那么国际分工对国际贸易的影响有哪些？

3. (8 分) 一位男士来到当地最大的卖场, 推销员汤姆先卖给他一个小号的鱼钩, 然后中号的鱼钩, 最后大号的鱼钩, 接着推销员汤姆卖给他小号的鱼线、中号的鱼线、大号的鱼线; 汤姆问这位男士上哪儿钓鱼, 他说海边, 汤姆便建议他买条船, 于是汤姆带该男士到卖船的专柜, 卖给他 20 英尺有两个发动机的中纵帆船; 然后男士说他的大众牌汽车可能拖不动这么大的船, 于是汤姆带该男士去汽车销售区, 卖给他一辆丰田新款豪华型巡洋舰。卖场老板对汤姆一天的销售感到难以相信, 就问: “一个顾客仅仅来买鱼钩, 你就卖给他这么多东西?” 汤姆回答: “不是的, 这位男士是来为妻子买汤锅的。我告诉他这个周末算是毁了, 干吗不去钓鱼呢?”

根据上述材料回答下列问题。

- (1) 汤姆采用的是哪种说服顾客的方法? 运用这种方法应注意哪些问题?
- (2) 推销人员除了坚持针对性原则、诚实性原则、参与性原则, 还应坚持哪些推销洽谈的原则?

4. (10 分) 随着互联网应用的深化和网民的增加, 电子商务交易额增长迅速。某年的调查显示, 40.7%的网民在最近一年内进行过网上购物, 16.5%的网民经常访问购物网站, 电子商务正越来越走向普通大众。

电子商务的发展, 使快递产业与电子商务平台、网商企业的合作日趋密切, 合作范围不断扩大。2009 年, 全国个人网上购物销售额达到 2000 亿元, 约占社会商品零售额的 1.2%。仅淘宝网的日交易规模就达到 600 万笔, 其中 75%的交易商品要通过实物递送。由电子商务带动的邮递包裹达到 10 亿件。

尽管这样, 我国快递业发展与发达国家相比仍有很大差距。据不完全统计, 2009 年, 中国 13 亿人口一年消费了约 20 亿件的快递业务量, 而美国 3 亿人口却拥有约 75 亿件的快递业务量。由此看出, 中国庞大的人口与目前的快递业务量是不对称的, 有巨大发展潜力。

根据以上资料回答下列问题。

- (1) 网络营销的产生与发展给人们带来了新的生活方式, 它有哪些特点?
- (2) 传统交易方式与电子商务交易方式相比有哪些不同?

5. (10 分) 恒达物流配送中心是一家经营电子元件及器材配送的公司, 大部分客户为电子厂家, 根据客户的不同需要推出两种服务: 即时配送服务和低成本配送服务。需即时配送服务的客户一般需要配送的商品种类较少, 但希望发出配送订单后, 配送中心能立刻提供配送服务。为此, 配送中心拣货人员必须根据每张订单将所需商品逐一拣出, 集中于出货暂存区。需低成本配送服务的客户则主要是那些对配送成本要求较高的企业。为此, 拣货人员设计了另外一种批量拣货策略, 用计算机将路线相近的订单集中处理, 求得最佳的订单分批, 全面为客户提供满意的配送服务。

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 针对低成本配送服务的批量拣货策略选择了哪种分批原则? 具有哪些优点和缺点?
- (2) 除此之外, 还有哪些分批原则?



山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（三）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 社会市场营销观念认为（ ）。
- A. 在市场营销活动中，应从社会利益出发
- B. 应统筹兼顾企业、消费者和社会的利益
- C. 满足了社会的利益，就可满足消费者和企业的利益
- D. 消费者是上帝，消费者的利益就是企业的利益
2. 空调生产企业与电风扇生产厂家之间的关系是（ ）。
- A. 欲望竞争者
- B. 品牌竞争者
- C. 类别竞争者
- D. 产品形式竞争者
3. 按照矩阵分析原理，机会小、威胁也小的企业类型是（ ）。
- A. 理想型
- B. 冒险型
- C. 成熟型
- D. 艰苦型
4. 下列对市场细分的概念描述不正确的是（ ）。
- A. 每一个消费者群是一个子市场，也称亚市场
- B. 每一个细分市场都是由需求差异较大的消费者构成的群体
- C. 从消费者需求状况的角度来说，产品的市场分为同质市场和异质市场
- D. 同质市场与异质市场可以互相转化
5. 企业要进入的目标市场一般应具备的条件不包括（ ）。
- A. 该市场具有一定的规模和发展潜力
- B. 该市场符合企业的目标和资源条件
- C. 该市场的需求应该具有差异性
- D. 本企业在该市场上具有竞争优势
6. 下列属于附加产品的是（ ）。
- A. 海尔专卖店为购买产品的顾客提供免费送货服务
- B. 中秋节将至，各大超市纷纷推出系列月饼
- C. 车展时，各大经销商推出价格优惠活动
- D. 针对学生消费群体，联想、神舟等笔记本都推出了学生上网本
7. 适用于市场大、潜在顾客多、竞争激烈、对价格很敏感的投入期策略是（ ）。
- A. 双低策略
- B. 双高策略
- C. 选择性渗透策略
- D. 密集性渗透策略
8. 随着面粉、食用油价格提高，各类方便面、饼干、蛋糕等食品纷纷提价，这说明（ ）

是产品定价的一个影响因素。

- A. 市场需求
- B. 生产成本
- C. 竞争因素
- D. 其他因素
9. （ ）有利于加强企业管理的计划性，可以较好地实现投资回收计划。
- A. 成本加成定价法
- B. 盈亏平衡定价法
- C. 需求导向定价法
- D. 目标利润定价法
10. 对于取脂定价策略，下列说法错误的是（ ）。
- A. 取脂定价是在新产品上市之初，将新产品价格定得较高，短期内获取厚利，减少投资风险
- B. 对于高档产品、奢侈品、专利产品，可采用取脂定价策略
- C. 取脂定价是一种追求长期利润最大化的定价策略
- D. 企业应重视产品质量，不能以次充好或以高价销售假冒劣质产品
11. 对于保存期短、易于腐烂变质和易碎商品，应尽可能采用（ ）。
- A. 长渠道
- B. 宽渠道
- C. 短渠道
- D. 窄渠道
12. 某空调制造商与其批发商在服务、物流、价格和促销等方面发生冲突，这种冲突称为（ ）。
- A. 垂直渠道冲突
- B. 水平渠道冲突
- C. 多渠道冲突
- D. 渠道系统冲突
13. 企业如果选择推动策略，促销方式效果最大的是（ ）。
- A. 广告
- B. 人员推销
- C. 宣传报道
- D. 营业推广
14. 适合于顾客比较集中的推销组织形式是（ ）。
- A. 复合结构式
- B. 顾客结构式
- C. 商品结构式
- D. 区域结构式
15. 公共关系活动的基本目标是（ ）。
- A. 促进产品销售
- B. 树立企业形象
- C. 提高市场占有率
- D. 沟通信息
16. 关于无形贸易，下列说法错误的是（ ）。
- A. 不列入海关的每日统计
- B. 其贸易额在各国国际收支表中只得到部分反映
- C. 不向海关申报
- D. 无形产品进出口额是国际收支的主要构成部分
17. 进口后未经加工又运出本国的商品，被列为出口，这种出口被称为（ ）。
- A. 净出口
- B. 总出口
- C. 复出口
- D. 专门出口
18. 下列不属于自由竞争时期保护贸易政策的特点的是（ ）。
- A. 保护的阶段性
- B. 保护的有选择性
- C. 以高关税禁止和限制国内幼稚产业部门产品的进口
- D. 保护措施多样化
19. 下列不属于自由主义贸易政策在英国取得胜利的表现的是（ ）。
- A. 废除谷物法
- B. 关税税率降低，纳税商品数目增加
- C. 废除航海法
- D. 改变殖民地贸易

20. 日本对坯布的进口，协定税率是 8%，每平方米 3.6 日元，征收时选择其税额较高的一种征收，这种税是（ ）。  
A. 从量税                  B. 从价税                  C. 优惠税                  D. 选择税
21. 国家事先规定一个征税比例或征税数额征税，纳征税双方必须共同遵循执行，不得随意变化或减负，这体现了关税的（ ）。  
A. 预定性                  B. 无偿性                  C. 自愿性                  D. 强制性
22. 由双方协商确定、通常不会引起出口方的反感和报复、有利于与各国达成谅解的配额是（ ）。  
A. 绝对配额                  B. 国别配额                  C. 协议配额                  D. 优惠配额
23. 借着保护环境、保障人民生命安全的名义，将大量的进口商品阻拦在国门之外的做法，是新的贸易壁垒中的（ ）。  
A. 无纸报关优先处理                  B. 绿色壁垒  
C. 排污监测壁垒                  D. EDI 的歧视性通关秩序安排
24. 约束性的贷款是指（ ）。  
A. 卖方信贷                  B. 买方信贷                  C. 短期信贷                  D. 进口信贷
25. 不同出口商品适用不同汇率的贸易政策措施是（ ）。  
A. 外汇分红制                  B. 复汇率制                  C. 进出口连锁制                  D. 出口奖励证制
26. 推销失败后，推销员小王礼貌地对顾客说“如果今后您需要我们产品的话，请随时与我联系，我愿意为您服务。”小王采用的成交策略是（ ）。  
A. 当机立断适时成交的策略                  B. 留有余地的成交策略  
C. 识别成交信号及时成交的策略                  D. 选择成交环境、排除成交干预的策略
27. 推销员小宋通过打电话成功约见了顾客，这种约见方式的优点不包括（ ）。  
A. 不容易被拒绝                  B. 有利于联络感情                  C. 针对性强                  D. 节省费用
28. 专门服务于某一制造商，为其进行市场开拓和产品销售的人员是（ ）。  
A. 职业销售人员                  B. 批发企业销售人员  
C. 生产企业销售人员                  D. 零售企业销售人员
29. 推销人员为进行推销洽谈，对潜在目标顾客进行的正式接触或访问是（ ）。  
A. 寻找顾客                  B. 约见                  C. 推销接近                  D. 处理顾客异议
30. 下列约见方式基本适合所有潜在顾客但成功率较低的是（ ）。  
A. 业务员小黄给李总发了一封参加产品展销会的邀请函  
B. 保险推销员小宋在报纸上发布广告，约见顾客  
C. 推销员小李委托张总约见孙先生  
D. 泰康保险公司业务员小赵直接面见韩先生
31. 推销员对顾客说：“这种面包机就剩下这几台了，正赶上促销活动，现在购买最合适。”此种成交方法的优点是（ ）。  
A. 有利于促使顾客立即购买推销品  
B. 可以创造良好的成交气氛，减轻顾客的成交心理压力

- C. 有利于推销人员主动做出成交尝试, 并始终保持成交的主动权
- D. 有利于推销人员合理地利用各种成交信号, 有效地促成交易
32. 下列接近顾客的技巧最能吸引顾客注意力的是 ( )。
  - A. 推销员对顾客说: “您想每天早上节约 5 分钟的剃须时间吗?”
  - B. 高级领带的推销员把领带揉成一团, 再轻易地拉平说: “看! 这是好迪牌高级领带。”
  - C. 推销员说: “王总, 您认为贵厂近期产量下降的原因是什么?”
  - D. 推销员说: “阿姨您好, 我是华鑫公司的推销员李明, 这么早不知是否打扰了您?”
33. 推销人员有意不理睬顾客的异议, 以分散顾客注意力、回避矛盾的处理方法是 ( )。
  - A. 逐日核算法
  - B. 装聋作哑法
  - C. 优点补偿法
  - D. 预防法
34. 电子商务的核心是 ( )。
  - A. 商流
  - B. 物流
  - C. 信息流
  - D. 资金流
35. 在电子商务运行环境中, 为保证交易各方的真实身份无误和交易过程的确认, 必须设立的是 ( )。
  - A. 认证中心
  - B. 配送中心
  - C. 电子商场
  - D. 收单银行
36. 电子商务的核心内容是 ( )。
  - A. 支持与服务
  - B. 信息的互相沟通和交流
  - C. 安全性
  - D. 管理程序化、科学化
37. EBay 客户遍及全世界, 各国的消费者都可以通过 EBay 进行网上交易, 那么 EBay 所体现的电子商务服务属于 ( )。
  - A. 本地电子商务
  - B. 完全电子商务
  - C. 远程国内电子商务
  - D. 全球电子商务
38. ( ) 是发布产品信息的主要渠道。
  - A. ISP
  - B. Web 服务器
  - C. FAQ
  - D. 显示器
39. 下列不属于电子商务框架表述下层的是 ( )。
  - A. 商流
  - B. 技术支持
  - C. 标准化建设
  - D. 宏观政策与法规
40. 买方在网上订货后由卖方送货至买方处, 经买方确认后付款的支付方式是 ( )。
  - A. 汇款
  - B. 货到付款
  - C. 银行卡在线转账支付
  - D. 第三方支付平台结算支付
41. 网上购物的第三个步骤是 ( )。
  - A. 申请网上银行
  - B. 商家送货上门
  - C. 申请认证
  - D. 浏览网上商店
42. 下列属于线下支付的不足的是 ( )。
  - A. 安全性
  - B. 完整性
  - C. 周期长
  - D. 不可否认性
43. 下列不是网络信息化情况下信息传播模式的变化的是 ( )。
  - A. 双向信息传播模式
  - B. 单向信息传播模式
  - C. 推拉互动的信息传播模式
  - D. 多媒体的信息传播模式

44. 直接运输网络使所有货物直接从供应商处运达零售商店，其主要优势在于（ ）。
- A. 运输时间很长                      B. 库存水平高  
C. 巨大的接收费用                      D. 不需中间仓库、简单的协作
45. 以下不属于配送的工作阶段的是（ ）。
- A. 计划阶段              B. 配送阶段              C. 实施阶段              D. 评价阶段
46. 水产品的冷冻加工属于（ ）。
- A. 保存产品                      B. 适应多样化需要  
C. 经销需要                      D. 提高产品利用率，方便用户
47. 位于沿海、内湖或河口的水运运输转运场所是（ ）。
- A. 港口                      B. 码头                      C. 货场                      D. 仓库
48. 高度一般在 4 米以下，适合存放纸箱、包、小件物品的货架是（ ）。
- A. 托盘货架              B. 倍深式货架              C. 旋转式货架              D. 轻型货架
49. 某配送中心接到大批订单，要求出货时间非常紧迫，该配送中心就以 5 分钟为时间段分批拣取，这种拣货策略的分批原则是（ ）。
- A. 时窗分批              B. 合计量分批              C. 智慧型分批              D. 定量分批
50. 物流企业如果其服务跟不上客户不断变化、越来越“苛刻”的需求，也会被客户淘汰、遗弃。因此，企业必须提高其适应性与灵活性，制定（ ），提供高效的个性化服务，只有这样企业才会有一个美好的发展前景。
- A. 客户服务战略    B. 柔性策略                      C. 准确定位战略    D. 网络化战略

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 影响目标市场策略选择的因素有哪些？
2. 不同广告媒体有不同的特点，选择广告媒体时应考虑的因素有哪些？

3. 简述“二战”期间超保护贸易政策的特点。
4. 推销员小路来到一栋居民楼挨门挨户推销厨房清洁剂，小路采用的是哪种推销模式？该模式的推销步骤有哪些？
5. 支付宝的使用可分为哪几大步骤？
6. 企业需要传播的信息有哪些？

7. 配送计划的依据是什么？

三、计算题（第 1 小题 7 分，第 2 小题 8 分，共 15 分）

1. 某企业第四季度计划销售产品 20000 件，固定成本 80000 元，变动成本 60000 元，成本加成率为 20%，试计算该产品的销售价格。
2. 某国的出口贸易额为 2022400 万美元，进口贸易额为 1958665 万美元，该国国内生产总值为 4860000 万美元，通过计算分析该国的贸易差额状况。分析该国的外贸依存度状况。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （12 分）某手机品牌近日公开宣布，该品牌的产品从未在网络渠道上进行销售，现在网络上销售的产品，公司难以保证是原厂正品。一个知名品牌如何会做出这样看似自毁长城的说明呢？其中原因不是厂家要打击假货，而是网络销售产品的价格远远低于厂家分销渠道的终端零售价，影响了这个渠道价值链的利润空间，于是各级经销商群起而攻之，迫使厂家壮士割腕，告别网络渠道。
- 根据以上材料回答下列问题。
- （1）该企业的渠道冲突属于哪种渠道冲突的类型？
- （2）产生渠道冲突的根本原因是什么？
- （3）企业理想的中间商应具备什么条件？
2. （10 分）在国际商品贸易中，纺织品贸易是一个敏感的问题。我国为了履行与纺织品的进口设限国家政府签定的双边纺织品贸易协议，有序地发展对这些国家的纺织品出口，于 1992 年 12 月 29 日颁布了《关于纺织品××××的管理办法》。办法规定由外经贸部（2003 年整合为商务部）统一对设限国家的纺织品出口进行管理。目前，与我国签定双边纺织品贸易协议的有美国、欧盟、加拿大、挪威等。对于输往设限国家协议项下的棉、毛、人造纤维、其他植物纤维和丝混纺织品及其制品共 19 类 238 个商品，我国均进行数量自我限制，这类商品需凭外经贸部及其授权机关签发的《纺织品出口许可证》出口。
- 根据以上资料回答下列问题。
- （1）上述资料中我国所实行的纺织品出口管理办法是迫于设限国家压力下的自我限制，这属于哪种非关税壁垒措施？
- （2）这种非关税壁垒措施是如何分类的？我国所采用的是哪一类？
- （3）从对进口限制的作用上，非关税壁垒是如何分类的？



3. (9 分) 王芳是推销家庭装饰瓷砖的推销员, 在向老同学张红介绍完推销品后, 见张红眼望着瓷砖有些犹豫不决, 立即说道: “在卫生间铺上这种天蓝色的瓷砖, 不仅新颖、漂亮, 而且你洗澡时就有置身大海的感觉, 多舒服啊! 你说是吗?” 张红露出了喜欢的眼神, 仔细端详着瓷砖并思考着, 依然下不了购买的决心。这时, 王芳又说: “我看你很喜欢这种瓷砖, 这样吧, 老同学, 价格上我给你打八折, 一般情况下我们是不打折的。” 张红终于被打动, 立即购买了瓷砖。

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 王芳采用了哪种寻找顾客的方法? 此方法有哪些优点?
- (2) 王芳采用了哪种推销洽谈的方法? 运用此方法应注意哪些问题?
- (3) 王芳采用了哪种成交方法?

4. (9 分) 电子商务作为一种新型的交易方式, 将生产企业、流通企业及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化的新天地。文盛百货公司是一家传统零售企业, 计划在网上开辟新的市场, 通过开展电子商务来扩大自己的经营规模。公司在进行了一定的市场调查之后, 充分考虑网络的影响, 决定调整营销策略, 设立专门的电子商务项目的负责人。

根据资料回答以下问题。

- (1) 电子商务作为一种新型的交易方式, 将生产企业、流通企业及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化的新天地。这反应了电子商务的什么特点?
- (2) 网络条件下, 消费者的概念和行为发生了哪些变化?
- (3) 电子商务对社会和经济的影响表现在哪些方面?

5. (10 分) 上海市某食品有限公司在上海拥有天涯食品厂等生产企业和一个大型的物流配送中心, 同时它也是国际知名品牌雀巢、喜力、都乐等的代理商, 其物流中心不仅为天源食品提供物流服务, 还为其代理的商品进行上海市及江浙一带的配送服务。2003 年, 为了满足不断扩大的业务需要, 公司新建了 25000 平方米的现代化仓库, 并且设有现代化的流通加工区, 可以根据卖场和超市的营销需求对库内各种商品进行商品与商品组合、商品与赠品组合、小包装分装、礼盒包装, 以及对一些进口商品贴标签等流通加工作业。此举为卖场和超市解除了后顾之忧, 因为卖场和超市大都地处黄金地段, 空间本来就狭小, 顾客又多, 很难进行类似的流通加工作业, 并且这些临时作业会引发人力的紧张。而物流配送中心的规模效应使这些问题都迎刃而解。因此, 新物流配送中心运营以来, 各大卖场和超市纷纷来订货, 这些大量固定的订货所带来的利润远远超过流通加工作业所需的成本, 于是, 流通加工区的设立成了此物流配送中心的一个新的利润点。

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 流通加工的类型有哪些? 案例体现了哪些类型?
- (2) 案例中提到哪些流通加工作业?

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（四）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 产生于卖方市场条件下的营销观念有（ ）。
- A. 产品观念 生产观念
- B. 推销观念 产品观念
- C. 市场影响观念 推销观念
- D. 绿色营销观念 网络营销观念
2. 从营销学角度看，下列关于市场的说法不正确的是（ ）。
- A. 现实和潜在需求的总和
- B. 有购买欲望和购买能力的购买者群体
- C. 交换关系的总和
- D. 人口是构成市场的最基本因素
3. 影响企业营销活动的因素（如人口、经济、文化、技术等）是市场营销环境因素的（ ）。
- A. 宏观环境
- B. 微观环境
- C. 综合环境
- D. 直接环境
4. 在市场细分中，对市场进行初步细分后，接下来应做的工作是（ ）。
- A. 细分市场定名
- B. 筛选细分市场
- C. 分析细分市场
- D. 选择细分标准
5. 宜家在中国的市场定位是“想买高档货，而又付不起高价的白领”，这种定位方式是（ ）。
- A. 档次定位
- B. 竞争定位
- C. 使用者定位
- D. 利益定位
6. 顾客购买产品时所能得到的附加服务和附加利益的总和称为（ ）。
- A. 核心产品
- B. 实质产品
- C. 有形产品
- D. 扩展产品
7. 产品线在用途、生产条件、分销渠道等方面相互关联的程度是指（ ）。
- A. 产品线宽度
- B. 关联度
- C. 产品线深度
- D. 产品线长度
8. 在营销组合各因素中，（ ）是最痛苦和最危险的策略。
- A. 定价策略
- B. 产品策略
- C. 渠道策略
- D. 广告策略
9. 下列说法不正确的是（ ）。
- A. 成本加成定价法适合于销售量和单位成本相对稳定、供求矛盾不甚突出的产品
- B. 成本加成定价法的关键是加成率的确定
- C. 目标利润定价法对市场的适应能力较差，定价方法不灵活
- D. 制造商、中间商、建筑业、科研部门和农业部门经常采用成本加成定价法
10. 某时装店把女装分为三个档次，即 180 元、380 元、680 元，分别代表三种质量水平，

这是一种（ ）。

- A. 差异定价
- B. 理解定价
- C. 系列定价
- D. 招徕定价

11. 制造商尽可能多地通过批发、零售商推销其产品，这种市场策略是（ ）。

- A. 选择分销
- B. 独家分销
- C. 大量分销
- D. 密集分销

12. 同一层次的企业为了争夺同一目标的销售而进行的竞争称为（ ）。

- A. 水平渠道冲突
- B. 水平渠道竞争
- C. 垂直渠道冲突
- D. 渠道系统竞争

13. 促销组合体现的市场营销理论的核心思想是（ ）。

- A. 顾客需求
- B. 社会营销
- C. 整体营销
- D. 大市场营销

14. 免费向顾客发送样品，供其使用，属于营业推广的（ ）。

- A. 赠送礼品
- B. 免费产品
- C. 赠送样品
- D. 有奖销售

15. 海尔张瑞敏刚入海尔时的“砸冰箱”事件属于（ ）。

- A. 公共关系
- B. 营业推广
- C. 人员推销
- D. 广告

16. 表示一国或地区一定时期内各类商品分别在进出口贸易总额中所占的比重的是( )。

- A. 国际贸易地理方向
- B. 国际贸易商品结构
- C. 贸易条件
- D. 外贸依存度

17. 在早期重商主义阶段，威廉斯·塔福的代表作是（ ）。

- A. 《对我国同胞某些控诉的评述》
- B. 《英国得自对外贸易的财富》
- C. 《国富论》
- D. 《就业、利息和货币通论》

18. 普雷维什认为形成外围国家贸易条件长期恶化的原因有（ ）。

- A. 外围国家缺乏独立性
- B. 技术进步利益分配不均
- C. 初级品的市场结构具有垄断性
- D. 工业品的市场结构具有垄断性

19. 按照差别待遇和特定的实施情况，关税可以分为（ ）。

- A. 进口附加税、差价税、特惠税、普惠税
- B. 进口关税、出口关税、过境税
- C. 财政关税、保护关税
- D. 最惠国税、普遍税

20. 假设美国对布鞋的进口征收从量税，税率是每双 20 美分，若某笔交易的商品数量为 10000 双，商品总值为 45000 美元，则该笔交易的从量税额是（ ）。

- A. 1000 美元
- B. 2000 美元
- C. 4500 美元
- D. 9000 美元

21. 下列属于从直接限定进口数量、金额实施的非关税壁垒的是（ ）。

- A. 政府采购
- B. 征收国内税
- C. 自动出口配额
- D. 成本性外汇管制

22. 美国、瑞士等国规定进口酒精饮料的消费税都大于本国产品，这种措施是（ ）。

- A. 关税措施
- B. 鼓励进口措施
- C. 进口管制措施
- D. 非关税壁垒

23. 华裔瓷器厂生产的陶瓷制品因为含铅超标而被禁止进入美国市场，在此，美国采取的限制进口措施属于（ ）。

- A. 技术标准  
B. 卫生检疫标准  
C. 商品包装和标签规定  
D. 进出口国家垄断
24. 一般国家对短期信贷采用 ( )。
- A. 综合担保  
B. 逐笔审批的特殊担保  
C. 逐笔审批担保  
D. 综合的特殊担保
25. 为了防止缔约国由于意外的、不正常的原因使国内市场受到冲击而利益受损, GATT 设立了 ( )。
- A. 非歧视原则  
B. 公平贸易原则  
C. 贸易争端的磋商调解原则  
D. 合理保障原则
26. 关键是确定好访问的区域或行业是 ( )。
- A. 普访法  
B. 缘故法  
C. 权威介绍法  
D. 广告开拓法
27. 最能吸引顾客注意力的方法是 ( )。
- A. 搭讪与聊天接近法  
B. 求教接近法  
C. 好奇接近法  
D. 表演接近法
28. “千人一面, 千人一词”是不可能推销成功的, 说明推销人员在推销洽谈时应遵守 ( )。
- A. 诚实性原则  
B. 倾听性原则  
C. 针对性原则  
D. 参与性原则
29. 适用于顾客经推销人员的推销已激起了较强的欲望, 但可能还因某一因素阻碍成交的说服顾客的方法是 ( )。
- A. 以退为进法  
B. 经验说服法  
C. 自我评判法  
D. 以情感人法
30. 最能引起顾客兴趣的推销洽谈的方法是 ( )。
- A. 诱导法  
B. 介绍法  
C. 提示法  
D. 演示法
31. 在一家女装专卖店里, 推销人员对顾客说: “您穿上这件裙子, 肯定让您成为同学聚会的焦点。”这属于 ( )。
- A. 间接提示法  
B. 直接提示法  
C. 明星提示法  
D. 联想提示法
32. “您喜欢哪一种颜色的? 请填在这张订单上”这里运用的成交方法是 ( )。
- A. 请求成交法  
B. 选择成交法  
C. 机会成交法  
D. 假定成交法
33. 第三方物流使得企业可以将内部管理资源用于其他有利可图的方面, 并与未来企业核心战略相一致, 这项由第三方物流带来的利益被称为 ( )。
- A. 作业利益  
B. 管理利益  
C. 战略利益  
D. 经济利益
34. 将流通加工和配送一体化, 使加工更有针对性、配送服务更趋完善的形式是 ( )。
- A. 新兴物流配送  
B. 加工配送  
C. 共同配送  
D. 电子配送
35. 用于零售商品的标识的条形码是 ( )。
- A. EAN/UPC 条形码  
B. Code128 条形码  
C. ITF-14 条形码  
D. UCC/EAN-128 条形码
36. 铁矿石作为冶炼企业的主要生产原材料, 最适合的配送方法是 ( )。
- A. 少批量、多批次配送  
B. 配件成套配送

- C. 少品种或单品种、大批量配送 D. 准时配送
37. 尽量减少因品种多变而导致的附加配送成本, 尽可能多地采用标准化配送产品, 这是 ( )。
- A. 混合策略 B. 差异化策略 C. 延迟策略 D. 标准化策略
38. 流通加工通过改变包装, 使产品档次跃升说明了 ( )。
- A. 流通加工完善了流通功能  
B. 流通加工是物流中的重要利润源  
C. 流通加工便利了运输  
D. 流通加工在国民经济中也是重要的产业形态
39. 物流配送中心选址所遵循的原则之一就是成本最小化, 下列成本中, ( ) 因直接关系到物流配送中心的服务水平和服务质量, 而位列成本因素之首。
- A. 时间成本 B. 运输成本 C. 土地成本 D. 存货成本
40. 按 ( ) 分类, 物流技术可以分为物流机械技术、物流电子技术、物流信息技术、物流自动控制技术、物流计算机技术和数学技术。
- A. 技术形态 B. 技术来源或科学原理  
C. 技术的应用范围 D. 技术的难易程度
41. 文件单证的交换属于 ( )。
- A. 支持交易前的系统 B. 支持交易中的系统  
C. 支持交易后的系统 D. B-to-C 电子商务系统
42. 电子商务的主流是 ( )。
- A. B-to-A 电子商务 B. B-to-C 电子商务  
C. B-to-B 电子商务 D. C-to-A 电子商务
43. 解决中小企业上网的主要方法是与 ( ) 合作, 租用其服务器。
- A. ISP B. FAQ C. WEBSITE D. 银行
44. 在电子商务的不同阶段, 电子商务系统在业务处理上也有较大差别, 下列选项属于支持交易中的电子商务系统的是 ( )。
- A. 小刘从网上查询企业招聘岗位  
B. 利民公司通过网络与客户洽谈业务  
C. 诺基亚公司在其网站上介绍新推出的一款手机  
D. 瑞星公司将其销售的杀毒软件通过电子邮件发给用户
45. 在电子商务操作中, 完成操作的第二个过程是 ( )。
- A. 信息共享 B. 网上订购 C. 网上支付 D. 执行交易
46. 由商业银行向社会发行的具有消费信用、转账结算、存取现金等全部或部分功能的支付工具是 ( )。
- A. 借记卡 B. 贷记卡 C. 准贷记卡 D. 储值卡
47. 商业银行、信用卡公司等发行主体发行的贷记卡或准贷记卡是 ( )。
- A. 储值卡型电子货币 B. 信用卡应用型电子货币

- C. 存款利用型电子货币D. 现金模拟型电子货币
48. 佳能公司在其网站上及时公布每款打印机驱动程序供用户免费下载，帮助用户在第一时间解决技术难题，在此，企业传播的是（     ）。
- A. 商品宣传信息B. 企业文化信息
- C. 服务支持信息D. 消费者反馈信息
49. 凭借良好的个人资信，李梅向中国银行申办了一张可以透支的银行卡，那么这张银行卡应该是（     ）。
- A. 借记卡B. 贷记卡C. 储值卡D. CDS
50. 对网络广告宣传广阔的传播范围叙述不正确的有（     ）。
- A. 网络广告的传播不受时间和空间的限制
- B. 广告信息 24 小时不间断地传播到世界各地
- C. 只要具备上网条件，任何人在任何地点都可以阅读到广告内容
- D. 网络广告实现了信息的互动传播

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 市场定位的方式有哪些？
2. 精品店的服装可以定价为 2000 元，而不必定为 1998 元，这属于什么定价？这种定价有什么好处？
3. 发达国家给予发展中国家的普惠制是通过给惠方案来执行的，那么给惠方案一般包括哪些方面的内容？

4. 推销接近方案的主要内容有哪些？
5. 铁路运输的优点有哪些？
6. 电子商务发展中存在哪些问题？
7. 网上银行的业务品种主要包括哪些方面？



三、计算题（第 1 小题 10 分，第 2 小题 5 分，共 15 分）

1. 某企业投资 2 万元生产一批儿童书包，单位变动成本为 20 元，固定成本总额为 50000 元，计划年销售量为 50000 个，企业欲获得 10% 的投资利润，售价为多少？
2. 某国 2009 年国内生产总值为 60000 亿美元，当年的对外贸易依存度为 12%，出口总额为 3680 亿美元，计算该国 2009 年的贸易差额。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （10 分）20 世纪 70 年代，美国的汽车市场竞争加剧，坤宝汽车公司经过调查分析，按年龄、收入、家庭结构，把汽车市场细分为两个子市场：富有家庭和高级职员需要的豪华型小轿车、一般家庭和职员需要的标准小轿车。经过与通用、丰田等大公司的经济实力、设备能力的对比分析，坤宝公司决定选择生产豪华型小轿车，同时充分了解市场的潜在规模、竞争情况、营业收入、潜在利润等，并有针对性地进行市场定位、产品开发、选择渠道、制定价格策略、促销，从而一举获得成功。
- 根据材料回答下列问题。
- （1）坤宝公司采用的市场细分的标准是什么？它包括哪些细分变量？
- （2）坤宝公司采用的市场定位策略是什么？这种定位策略有何特点？

2. （10 分）1962 年，由于气候原因，美国农产品的收获季节早于加拿大，在美国马铃薯大量上市时，加拿大的马铃薯还没有收货，这时美国出口到加拿大的马铃薯非常便宜，加拿大界定根据“正常价格”对出口价格的差异征收特别倾销税。美国政府认为，加拿大的征税行为是一种非关税壁垒，并向 GATT 申诉，要求解决加拿大进口马铃薯征收反倾销税的问题。1963 年 1 月 2 日，加拿大取消了该项税收。
- 根据上述资料回答下列问题。
- （1）作为商品倾销构成的要件是什么？
- （2）按照商品倾销的目的和时间不同，商品倾销可分为哪几种？
- （3）商品倾销要取得成功必须具备哪些条件？
- （4）加拿大取消税收是依据 GATT 的哪一原则？

3. (10 分) 张伟是某家电公司的推销员, 他打算向当地一所高中学校推销中央空调, 但学校负责人刘校长很难约见, 张伟便通过老同学的关系见到了刘校长。刘校长说: “我们今年没有这方面的预算。” 张伟说: “刘校长, 附近的几所高中的办公楼和学生公寓都安装了我们的中央空调, 大大提升了学校硬件设施建设, 不仅在社会上有较高的影响力, 还为老师和学生提供了舒适的工作和学习环境。今年, 这几所高中的升学率都提高了 3 个百分点, 还多考上好几个名牌大学呢!” 刘校长一听, 说: “我看看你们的安装方案。”

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 张伟通过什么约见方式见到了刘校长? 这种约见方式的优点和缺点各是什么?
- (2) 刘校长提出了什么异议?
- (3) 张伟最后是采用了什么方法促使成交的? 这种方法的优点有哪些?

4. (10 分) 沃尔玛在美国本地建立了 70 个由高科技支持的物流配送中心, 并拥有自己的送货车队和仓库, 可同时供应 700 多家商店, 送货频率通常是每天一次, 每周作业量达 120 万箱。配送作业时, 大宗商品通常由铁路送达自己的配送中心, 再由卡车送达商店, 每店一周收 1~3 卡车货物。全部配送作业实现自动化, 实现了高效率、低成本的目的。

根据以上材料回答下列问题。

- (1) 从配送组织者的角度考虑, 沃尔玛配送中心属于哪种类型?
- (2) 配送有哪些功能?

5. (10 分) 2012 年, 李明在互联网上注册了一家电子商务网站——鑫茗茶社, 专门从事茶叶的网络销售业务。为了吸引更多的消费者, 李明不惜重金邀请了一位拥有高超传统茶艺的老专家在网站上为顾客介绍红茶、绿茶等各种茶叶的加工及饮用方法, 使网站整体意境在文化传播和亲情关爱中得以升华。

李明发现, 从茶叶批发市场进货, 不仅成本高, 品质也参差不齐。于是, 他承包了一片茶园, 自己种植, 并在鑫茗茶社销售茶叶。没有了中间环节, 实现了网上直接交易, 越来越多的顾客从鑫茗茶社购买到了质优价廉的茶叶。

根据资料回答下列问题。

- (1) 按商业活动的运作方式分类, 鑫茗茶社在网上销售茶叶属于哪种类型的电子商务?
- (2) 鑫茗茶社是一个让消费者了解茶艺、选购茶叶的平台。可以说, 共享 Internet 上的信息是电子商务流程中最基本的环节。信息共享主要体现在哪几个方面?
- (3) 鑫茗茶社减弱了中间商的地位, 实现了与消费者的网上直接交易。除此之外, 在电子商务环境下, 商品流通和交易方式的改变还表现在哪几个方面?

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（五）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

- 1.（     ）的出现被称为营销观念的一次革命，是一种成熟的现代营销观念。  
A. 产品观念                B. 生产观念                C. 推销观念                D. 市场营销观念
2. 产品观念的核心思想是（     ）。  
A. 公司应把重点放在扩大生产规模上                B. 只要产品质量好，顾客自然会盈门  
C. 公司应重点抓好强力推销                D. 重点是制造能够销售出去的产品
3. 衡量一个国家、地区、城市、家庭生活水平高低的重要参数是（     ）。  
A. 消费者收入水平                B. 个人可任意支配收入  
C. 个人可支配收入                D. 恩格尔系数
4. 公众对企业的产品和市场营销活动的态度深刻地影响和制约着企业的经营，下列属于社团公众的是（     ）。  
A. 投资公司                B. 环境保护组织                C. 广播电台                D. 企业的员工
5. 一个普通大学的餐馆，如果专门开设一个西餐馆满足少数师生酷爱西餐的要求，可能由于这个细分市场太小而得不偿失，这说明（     ）。  
A. 细分标准应具有可衡量性                B. 细分市场应具有可进入性  
C. 细分市场应具有实效性                D. 细分市场应具有反映差异性
6. 某企业用生活方式、个性来划分消费者群，该企业选择的市场细分标准是（     ）。  
A. 地理细分                B. 人口细分                C. 行为细分                D. 心理细分
7. 可以选择差异性营销的企业需具备的条件是（     ）。  
A. 企业实力弱                B. 市场消费者对该产品需求差异大  
C. 产品处在投入期                D. 产品同质
8. 迪士尼乐园可以宣称自己是世界上最大的主题游乐场，来间接地暗示消费者从中可享受到最多的娱乐，这种定位方式是（     ）。  
A. 根据产品属性和利益定位                B. 根据产品用途定位  
C. 根据使用者定位                D. 根据产品特色定位
9. 产品线四要素不包括（     ）。  
A. 产品项目                B. 产品线                C. 产品线宽度                D. 关联度

10. 在衰退期，企业将人、财、物集中到最有力的细分市场和销售渠道上去，以缩小市场面，这种策略是（     ）。  
A. 维持策略                B. 集中策略                C. 重振策略                D. 淘汰策略
11. 企业定价方法通常有定价由低到高和定价由高到低，指的是（     ）。  
A. 企业形象目标                B. 利润目标                C. 市场占有率目标                D. 稳定价格目标
12. 在赊销的情况下，卖方为了鼓励买方提前付款，按原价给予一定的折扣，这就是（     ）。  
A. 交易折扣                B. 现金折扣                C. 数量折扣                D. 季节折扣
13. 分销渠道的基本功能是（     ）。  
A. 实现所有权的转移  
B. 调节生产者和消费者之间的矛盾  
C. 信息的传递和流动资金的调节  
D. 实现产品从生产者向消费者、用户的转移
14. 实际营销活动中应用最广泛的激励方法是（     ）。  
A. 返利                B. 提供适销对路的产品  
C. 给予中间商尽可能丰厚的利益                D. 积极开展促销活动
15. 达到广告目标最基本的要素是（     ）。  
A. 表现广告主题                B. 引人注目                C. 独特新颖                D. 传达情感
16. 关于国际贸易，下列说法错误的是（     ）。  
A. 它是不同国家之间的商品及服务交换  
B. 它是各国生产在流通领域的延伸  
C. 它仅反映实物商品和非实物商品的交换关系  
D. 它已成为衡量国民经济发展程度的标准之一
17. 关于易货贸易，下列说法错误的是（     ）。  
A. 把进口与出口直接联系起来  
B. 我国内地对港澳台地区的贸易主要采用这种形式  
C. 可以达到节省外汇资金的目的  
D. 要求互换的货物要品种相当，换货的总金额相等
18. 在重商主义阶段，提出“贸易差额论”的代表人物是（     ）。  
A. 威廉·斯特福德                B. 托马斯·孟                C. 汉密尔顿                D. 凯恩斯
19. 关于“二战”后贸易自由化发展不平衡的表现，下列说法错误的是（     ）。  
A. 发达国家之间贸易自由化程度超过它们对发展中国家贸易自由化程度  
B. 区域性经济集团内部贸易自由化程度超过集团对外部贸易自由化程度  
C. 工业消费品的贸易自由化程度超过机器设备的贸易自由化程度  
D. 工业品的贸易自由化程度超过农产品的贸易自由化程度
20. 国家事先规定一个征税比例或征税数额征税，纳税双方必须共同遵守执行，不得随意变化或减负，这说明关税具有（     ）。

- A. 间接性

B. 强制性

C. 无偿性

D. 预定性
21. 甲国对进口手表征收从价税 20%，每只手表加征从量税 100 美元，若甲国某公司进口手表 500 只，单价为 800 美元，则该公司需要缴纳的关税税额为（ ）。
- A. 80000 美元

B. 50000 美元

C. 130000 美元

D. 30000 美元
22. 海关估价的原则是（ ）。
- A. 按报关价格估价

B. 就高不就低，高估进口商品的价格

C. 以国家法律为准

D. 就低不就高，低估进口商品的价格
23. 关于买方信贷，下列说法不正确的是（ ）。
- A. 是出口方银行向进口厂商或进口方银行提供的贷款

B. 是进口方银行向国外出口厂商提供的一种贷款

C. 其利率较低

D. 其贷款又称约束性贷款
24. 关于最惠国待遇原则，下列说法错误的是（ ）。
- A. 缔约国一方现在和将来所给予任何第三国的优惠和豁免，必须同样给予对方

B. 适用范围通常包括外国公民的私人经济权利

C. 按照有无条件，分为有条件和无条件两种

D. 在贸易条约中，一般规定有不适用最惠国待遇的例外情况
25. WTO 规定对有关条款的修订，须经通过的票数是（ ）。
- A. 1/2 以上

B. 2/3 以上

C. 3/4 以上

D. 一致通过
26. 推销人员应改变“卖完就分手”的做法，承担起（ ）。
- A. 沟通关系的职责

B. 销售商品的职责

C. 搜集市场信息的职责

D. 提供服务的职责
27. 推销人员通过民间经纪人发掘潜在顾客，其寻找顾客的方法是（ ）。
- A. 普访法

B. 权威介绍法

C. 广告开拓法

D. 委托助手法
28. 某服装店员工在没有顾客的情况下，把折好的衣服一件件地拿出来，再把它们一件件地折回去，其采用的是（ ）。
- A. 问题接近法

B. 利益接近法

C. 推销品接近法

D. 介绍接近法
29. 推销人员运用各种方式、方法和手段向顾客传递推销信息，并设法说服顾客购买推销品的协商过程是（ ）。
- A. 推销洽谈

B. 约见

C. 推销接近

D. 寻找顾客
30. 推销人员先向顾客提出一个易于接受的小目标，然后逐步提高要求，最后达到理想目标，这种说服顾客的方法是（ ）。
- A. 经验说服法

B. 自我评判法

C. 登门槛术

D. 以退为进法
31. 减少风险法中顾客最乐意接受的方法是（ ）。
- A. 提供保证

B. 推销试用

C. 试验性订货

D. 多方证实法
32. 关于运用优点补偿法应注意的问题，下列说法错误的是（ ）。
- A. 在实事求是认同顾客异议的同时，及时提出推销品利于激发顾客购买动机的其他

- 优点

B. 让顾客确实感到利大于弊，购买是值得的

C. 可以为了迎合顾客，认同顾客所有异议

D. 不能不突出推销品的优点，无针对性地泛泛空谈
33. 主要面向社会服务，少品种、大批量，物流业务统一经营管理的是（ ）。
- A. 物流中心

B. 物流基地

C. 配送中心

D. 自动化立体仓库
34. 关于 RF 终端系统，下列说法正确的是（ ）。
- A. RF 系统主要运用无线射频识别技术

B. RF 系统应用环节是识别过程

C. RF 系统主要运用的技术是无线射频通信技术

D. 使用 RFID 标签，可读可写
35. 由于其轻便灵活、易操作、价格便宜及其机动性，而在物流中心、工厂仓库、货场、超市、机场及医院等得到广泛应用的是（ ）。
- A. 手推车

B. 笼车

C. 叉车

D. 搬运车
36. 必须与分区策略结合起来运用才能达到高效的拣货策略是（ ）。
- A. 接力拣取

B. 分类拣取

C. 分区拣取

D. 订单分割拣取
37. 在不预先确定配送数量、配送时间及配送路线的情况下，完全按用户要求的时间、数量进行配送的方式是（ ）。
- A. 定量配送

B. 定时定量配送

C. 共同配送

D. 即时配送
38. 库存水平高、具有巨大的接收费用的运输网络设计是（ ）。
- A. 直接运输网络

B. 利用送奶线路的直接运输网络

C. 所有货物通过配送中心的保存和运送

D. 所有货物通过配送中心的对接运送
39. 名贵的洋酒及其包装盒以整箱买进，将每瓶洋酒放在相应的包装盒里，这属于( )。
- A. 小包装分装

B. 礼盒包装

C. 热收缩包装

D. 促进销售
40. （ ）专门用来提供零售业和服务业商品销售的信息和顾客的信息。
- A. EOS

B. POS

C. MIS

D. ERP
41. 从技术上讲，EDI 的硬件指的是（ ）。
- A. 计算机

B. 计算机网络

C. 计算机软件

D. EDI 标准
42. 电子商务得到快速发展是在 20 世纪（ ）年代。
- A. 60

B. 70

C. 80

D. 90
43. 电子商务流程中最基本的环节是（ ）。
- A. 网上订购

B. 信息共享

C. 网上支付

D. 执行交易
44. 下列属于“预先付款”支付系统的是（ ）。
- A. 信用卡支付系统

B. 电子转账支付系统

C. 电子现金支付系统

D. 信用担保支付系统



45. 支付宝是由（     ）创办的。  
A. 新浪                      B. 搜狐                      C. 百度                      D. 阿里巴巴
46. 银行专用网络与 Internet 之间的接口是（     ）。  
A. 电子钱包                B. 支付网关                C. 安全认证                D. 商户系统
47. 非金融机构发行的具有电子钱包性质的多用途卡种是（     ）。  
A. 借记卡                      B. 贷记卡                      C. 储值卡                      D. 储蓄卡
48. 当交易双方因某种原因发生争执时，支付网关可以提供准确的信息查询，以便正确处理纠纷，这体现了支付网关的（     ）。  
A. 交易功能    B. 交易异常处理功能  
C. 提供仲裁信息功能                                      D. 提供查询处理功能
49. 在网上购物时，将预购商品放入购物篮，下一步工作是（     ）。  
A. 浏览网上商店        B. 确认购买                C. 会员登录网店        D. 申请网上银行
50. 在网络环境下，未来信息的供需模式将演变成为一种推拉互动的模式，下列选项属于“拉”的模式的是（     ）。  
A. 小刘在京东商城网站上搜寻某款冰箱的价格信息  
B. 格力空调在电视上做促销广告  
C. 三星集团在其网站上为新款手机做广告  
D. 腾讯公司在其网站上向用户推介新开发的游戏软件

**卷二**（非选择题，共 100 分）

**二、简答题（除第 2、6 小题外，每小题 5 分，共 38 分）**

1. 理想的中间商应具备什么条件？
2. 针对中间商的营业推广方式有哪些？（6 分）

3. 世界贸易组织对世界经济贸易的影响有哪些？
4. 为使顾客对企业产生信赖和好感，并促使这种信赖和好感向市场扩散，从而为企业赢得广泛声誉，建立良好的形象，这要求推销人员应做到哪几点？
5. 在保持对用户服务水平的前提下，降低配送成本可采取的策略有哪些？
6. 电子商务的产生必然依存哪些基本条件？（7 分）

7. 简述电子商务网上支付系统的功能。

三、计算题（第 1 小题 8 分，第 2 小题 7 分，共 15 分）

1. 某企业投资 10 万元生产一批女装，单位变动成本为 100 元，固定成本总额为 2 万元，计划售价为 180 元/件，企业欲获得 30% 的投资利润，则销量应为多少？

2. 已知某国的国内生产总值是 40 000 亿美元，货物出口贸易额为 1600 亿美元，货物进口贸易额为 1400 亿美元，计算该国的对外贸易依存度、出口依存度、进口依存度。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 47 分）

1. （10 分）GL 公司是一家日用消费品企业，该公司对产品项目进行品牌化管理，为其产品组合中的每一个产品项目都提供一个不同的品牌。

在 2008 年以前，公司主要生产四大类产品：洗涤剂、牙膏、香皂和方便尿布。洗涤类主要有五大品牌，牙膏类有三大品牌，香皂类有四大品牌，方便尿布类有两大品牌。

在 2008 年年初，公司对其产品组合进行了调整：首先，收购了几家纸巾生产企业，并把该类产品划归为四大品牌，分别为手牵手、紫云、旗帜、乐夫；其次，公司开发了一种

更高档的名为“贵族”的牙膏，该牙膏价格昂贵，每支 30 元，但具有许多难以模仿的有针对性的功能。为了提高“贵族”牙膏的销售额，该公司通过销售返利的形式激励中间商大量进货，提高他们销售的积极性，取得了较好的销售效果。

根据以上内容回答下列问题。

- （1）到 2008 年年初，GL 公司的产品线宽度是多少？
- （2）GL 公司采用了哪种产品线延伸策略？通常企业采用这种策略的主要原因有哪些？
- （3）GL 公司为了延长产品生命周期，可以采取哪些措施？

2. （10 分）“缔约国有效实施的关于海关对产品的分类或估价，关于税捐或其他费用的征收税率，关于对进口货物及其支付转账的规定限制和禁止，以及关于影响进出口货物的销售、分配运输、保险、展览、加工、混合或使用的法令、条例与一般援用的司法判决及行政决定，都应迅速公布，以便各国政府及贸易商熟悉它们。一缔约国政府或政府机构与另一缔约国政府或政府机构之间缔结的影响国际贸易政策的现行规定，也必须公布。”

根据这条规定回答下列问题。

- （1）该规定体现了 GATT 的哪条原则？该原则的含义和作用分别是什么？
- （2）GATT 的基本原则除了这条外，还有哪些？

3. （9 分）某冷冻设备厂的推销员对一家食品杂货店的老板说：“今年春天来得真早，天气真够暖和的！”老板说：“是啊！”推销员又说：“听气象局预报，今年夏天将是一个酷暑！如果您今天做出决定，我们 5 月 1 日之前就能把冷冻设备安装好。”老板说：“好是

好，但我们的旧设备怎么办啊？”推销员说：“这个不成问题，我们会将您的旧设备折价回收，这您就放心了吧？”老板说：“好吧，那你尽快办！”  
根据以上内容回答下列问题。

- (1) 推销员使用的是哪种推销洽谈的方法？使用此方法时的好处和应注意的问题各有哪些？
- (2) 推销员最后使用成交法终于成交，使用这种方法应注意什么问题？

4. (10 分) 家乐福全球采购亚洲中心在上海指定一个有仓库等设施的第三方物流公司，然后第三方物流公司指定一个国有进出口公司作为国内供应商与家乐福的桥梁，家乐福、第三方物流公司与国有进出口公司签有协议定义各自的责任。家乐福指定的上海出口物流平台是上海铱力仓储有限公司，这是一家在上海注册的第三方物流公司。铱力公司指定了一家国有进出口公司作为其代理进行进出口等相关贸易活动——上海申合进出口有限公司。铱力公司出口平台根据家乐福的需求进行直接上架工作：制作包装箱，贴标签，组合，再包装，准备出口。  
根据以上材料回答下列问题。

- (1) 上海铱力仓储有限公司作为第三方物流公司在战略上和操作上的优势从哪几个方面进行？
- (2) 什么是第三方物流？
- (3) 第三方物流的社会效益有哪些？

5. (8 分) 经过半年多的努力，王强在网上开了一家书店——慧心书城。慧心书城在网上提供 10 万余种图书，并提供音像制品及全天候的在线查询、订购和在线安全支付。王强认识到电子商务的核心内容是信息的互相沟通和交流，他便利用自身掌握的网络技术，与各界建立广泛的沟通，以达到提高经营效率和赢得更大利润的目的。目前，王强正在考虑如何进行网上广告宣传以进一步提高网站的知名度，为书城的下一步发展开拓更大的空间。  
根据以上内容回答下列问题。

- (1) 按照交易对象的不同，消费者到慧心书城订购图书属于什么类型的电子商务？
- (2) 慧心书城在网上提供 10 万余种图书，并提供音像制品及全天候的在线查询、订购和在线安全支付，这体现了网络广告的哪一个特点？
- (3) 假如你是慧心书城的电子商务项目负责人，你认为网络广告策划的内容应该有哪些？

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（六）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 在（     ）中，既存在竞争因素，又存在垄断因素，至少有两个以上的买方和卖方，少数卖方或买方具有资产、效率、信息等优势，对价格起着影响作用。  
A. 完全竞争市场     B. 完全垄断市场     C. 寡头垄断市场     D. 不完全竞争市场
2. 为了适应社会对环境保护的要求，许多企业主动采取绿色包装以降低白色污染，这种做法反映了企业的（     ）。  
A. 绿色营销观念     B. 直复营销               C. 市场营销观念     D. 生产观念
3. 苹果公司推出新一代苹果手机，对于其他手机企业，该营销环境属于（     ）。  
A. 科学技术环境     B. 竞争者               C. 社会文化           D. 企业内部
4. 下列说法错误的是（     ）。  
A. 分属不同细分市场的消费者对同一产品的需要与欲望存在着明显差别  
B. 同一细分市场的消费者，他们的需要与欲望则极为相似  
C. 如何选定企业的特定服务对象，即目标市场，是制定企业营销战略的基本出发点  
D. 同质市场可以渐变为异质市场，但异质市场不能向同质市场转化
5. 在美国纽约有一个名为“被遗忘的女人”的大尺码高级时装店，专门销售身材高矮胖瘦不成比例的女士们的特种服装，此时装店的目标市场营销战略是（     ）。  
A. 无差异营销     B. 差异营销               C. 集中营销           D. 大量营销
6. 迪士尼乐园可以宣称自己是世界上最大的主题游乐场，来间接地暗示消费者从中可享受到最多的娱乐，这种定位方式是（     ）。  
A. 根据产品属性和利益定位               B. 根据产品用途定位  
C. 根据使用者定位                       D. 根据产品特色定位
7. “迪士尼乐园的产品不是米老鼠、唐老鸭，而是快乐”，这突出的产品层次是（     ）。  
A. 核心产品     B. 有形产品               C. 附加产品           D. 无形产品
8. 在衰退期，企业将人、财、物集中到最有力的细分市场和销售渠道上去，以缩小市场面，这种策略是（     ）。  
A. 维持策略     B. 集中策略               C. 重振策略           D. 淘汰策略
9. 关于稳定价格目标，下列说法不正确的有（     ）。

- A. 制定合适的价格，是维护厂家利益、开发和巩固市场的关键  
B. 稳定价格目标避免了正面价格竞争  
C. 钢铁、采矿、石油化工等行业内应用最广泛  
D. 市场价格越稳定，风险越大
10. 一小瓶法国香水，成本不过十几法郎，而售价一般高达数百法郎，其采用的定价方法是（     ）。  
A. 成本导向定价     B. 需求差异定价     C. 理解价值定价     D. 竞争导向定价
11. 接受用户订货是一种（     ）。  
A. 直接渠道     B. 间接渠道               C. 长渠道           D. 宽渠道
12. 中间商最受欢迎的分销渠道策略是（     ）。  
A. 密集分销     B. 独家分销               C. 选择分销           D. 合作分销
13. 某一地区经营 A 企业旅游产品的中间商，认为同一地区经营 A 企业旅游产品的另一家中间商在定价、促销和售后服务等方面过于进取，抢了他们的生意，这属于（     ）。  
A. 水平渠道冲突     B. 垂直渠道冲突     C. 不同渠道冲突     D. 其他冲突
14. 对从事消费品销售的企业而言，优先采取的促销方式依次为（     ）。  
A. 广告—公共关系—营业推广—人员推销  
B. 广告—营业推广—人员推销—公共关系  
C. 人员推销—公共关系—营业推广—广告  
D. 人员推销—广告—营业推广—公共关系
15. 康明集团公司生产的眼镜是出口免检产品，长期畅销欧洲市场，近几年该公司开始注重国内市场开发，从 2000 年开始，每年免费为本市中学生做眼睛检查，并向高考成绩优秀的学生赠送高档眼镜，这种行为属于（     ）。  
A. 人员推销     B. 广告促销               C. 营业推广           D. 公共关系
16. 商品通过一国海关必须向海关申报，海关依法征税并列入海关统计的是（     ）。  
A. 有形贸易     B. 无形贸易               C. 水平贸易           D. 垂直贸易
17. 关于过境贸易，下列说法错误的是（     ）。  
A. 商品从甲国经由乙国向丙国输送销售，对乙国来说是过境贸易  
B. 过境贸易分为直接过境贸易和间接过境贸易两种  
C. 在过境贸易中，货物的所有权发生转移  
D. 有些内陆国家同非邻国的贸易，其货物必须通过第三国过境
18. 普雷维什将世界分为中心国家和外围国家，由发达国家构成的体系是（     ）。  
A. 中心体系     B. 外围体系               C. 外向型战略     D. 内向型战略
19. 甲、乙两国都生产服装和自行车，甲国生产一单位服装和自行车分别需要 8 和 20 个劳动单位，而乙国则要分别投入 5 和 18 个劳动单位，下列说法错误的是（     ）。  
A. 甲国在自行车的生产上拥有比较优势  
B. 甲国在自行车的生产上拥有绝对优势  
C. 甲国应该生产服装并向乙国出口



- D. 乙国应该生产自行车并向甲国出口
20. 当某种商品国内生产价格高于同类进口商品价格时, 为保护国内生产和国内市场, 按国内价格与进口价格之间的差额所征收的关税称为 ( )。
- A. 特惠税                      B. 差价税                      C. 财政关税                      D. 进口附加税
21. 关税的保护程度, 最主要的是取决于 ( )。
- A. 关税水平                      B. 关税税率                      C. 关税类型                      D. 关税税基
22. ( ) 不是从海关程序和对进口价实施上分类的。
- A. 海关估价                      B. 征收国内税                      C. 进口限价                      D. 政府采购
23. 关于出口信贷国家担保制, 下列说法错误的是 ( )。
- A. 由国家设立的专门机构出面担保
- B. 担保金额大, 申请担保的手续繁杂
- C. 其担保的往往是商业保险公司不愿意承保的出口风险大的贷款项目
- D. 保险费用比较低, 故出口厂商和银行的负担较轻, 有助于商品的出口
24. 为了防止缔约国由于意外的、不正常的原因使国内市场受到冲击而利益受损, GATT 设立了 ( )。
- A. 非歧视原则                      B. 公平贸易原则
- C. 贸易争端的磋商调解原则                      D. 合理保障原则
25. WTO 规定发展中国家仍可采用进口限量限制措施, 通常可长达 ( )。
- A. 2 年                      B. 5 年                      C. 10 年                      D. 15 年
26. 顾客说: “这个颜色太深了。” 推销人员说: “我原来也跟您想的一样, 后来我才发现……” 该推销人员处理异议的方法是 ( )。
- A. 真诚倾听法                      B. 预防法                      C. 肯定否定法                      D. 优点补偿法
27. “张先生, 您的产品听起来很吸引人, 但我们确实没有能力购买, 很抱歉!” 推销人员遇到的这种异议属于 ( )。
- A. 权力异议                      B. 需求异议                      C. 价格异议                      D. 财力异议
28. 向顾客发出 “最后通牒”, 这种推销洽谈策略适用的顾客类型是 ( )。
- A. 态度冷漠、粗暴的顾客                      B. 犹豫不决的顾客
- C. 自以为是的顾客                      D. 恼羞成怒的顾客
29. 有关推销人员的分手工作, 下列说法错误的是 ( )。
- A. 推销人员与顾客成交后不应该耽搁太久
- B. 推销人员主动表示感谢
- C. 客户做出购买决定后, 推销人员不要急忙离开
- D. 推销人员与顾客成交后应尽快离开
30. 下列说法正确的是 ( )。
- A. 对信赖性强、性格比较随和的顾客一般使用激将成交法
- B. 选择成交法实际上是把成交的主动权交给了顾客
- C. 请求成交法有可能会对顾客产生成交压力, 破坏成交气氛

- [illegible]

- A. 交易过程的传统性

B. 交易范围的地域性
- C. 交易的多环节性

D. 交易的互不谋面性
44. 将商贸信息分类上网和组织查询的电子商务系统是（     ）。
- A. 支持交易前的系统

B. 支持交易中的系统
- C. 支持交易后的系统

D. B-to-C 电子商务系统
45. 网上广告可以以图、文、声像的形式，传送多感官信息，让顾客身临其境般感受商品或服务，这所反映的网络广告的特点是（     ）。
- A. 网络广告是多维广告

B. 网络广告拥有最有活力的消费群体
- C. 网络广告的受众关注度高

D. 网络广告具有交互性和纵深性
46. 保证数据不受讹误和未经授权改动的侵害，这体现了 Internet 系统的（     ）。
- A. 保密性

B. 完整性

C. 认证

D. 防止拒付
47. 下列选项不属于商业银行提供的基本网上银行业务的是（     ）。
- A. 在线查询账户余额

B. 下载数据
- C. 共同基金投资

D. 网上支付
48. 关于第三方支付平台，下列说法错误的是（     ）。
- A. 是在电子商务企业和银行之间建立的支付平台

B. 有助于打破银行卡壁垒
- C. 可以消除人们对网络购物和交易的顾虑

D. 阿里巴巴支付宝属于网关型第三方支付平台
49. 商业机构对消费者的电子商务简称是（     ）。
- A. B-to-G 电子商务

B. B-to-C 电子商务
- C. B-to-B 电子商务

D. C-to-G 电子商务
50. 相比较而言，满足需求定价策略的风险要大大低于传统的成本定价策略。下列选项对满足需求定价的过程表示正确的是（     ）。
- A. 消费者需求→产品功能→生产利润+商业利润→市场可以接受的性能价格比

B. 产品及功能设计→生产成本+生产利润+商业利润+品牌系数→产品价格
- C. 消费者需求→产品功能→生产和商业成本→市场可以接受的性能价格比

D. 消费者需求→生产和商业利润→产品及功能设计→市场可以接受的性能价格比

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 人员推销的组织结构包括哪些？其中最简单的组织结构是哪一种？

2. 常见的心理定价策略有哪些种类？

3. 第二次世界大战后，国际贸易商品结构发生了巨大的变化，这种变化主要表现在哪几个方面？

4. 推销人员利用一切可以利用的机会，主动与潜在目标顾客寒暄、聊天，巧妙地接近顾客的方法是哪种接近方法？需要注意哪些问题？

5. 简述配送的功能。

6. 电子商务的实现要点有哪几个？

7. 简述支付宝的注册过程。

三、计算题（第 1 小题 8 分，第 2 小题 7 分，共 15 分）

1. 爱家集团决定生产一批玩具。基建与机器设备投资等总固定成本为 380000 元，每个玩具售价 26 元，单位变动成本为 18 元。
- (1) 生产该产品的盈亏平衡点产量是多少？
- (2) 盈亏平衡点的销售额是多少？

2. 某国的国民生产总值为 10000 亿美元，商品进口贸易额为 600 亿美元，出口贸易额为 400 亿美元。
- (1) 该国的对外贸易依存度是多少？
- (2) 该国的贸易差额是多少？
- (3) 该国的对外贸易额是多少？

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. (10 分) 王老吉明确了品牌的“预防上火”的功效之后，接下来的重要工作，就是要推广品牌的功效，让它真正地进入人心，让大家都知道品牌的定位，从而持久、有力地影响消费者的购买决策。
- 为更好地唤起消费者的需求，电视广告选用了消费者认为日常生活最易上火的五个场景：吃火锅、通宵看球、吃油炸食品、吃烧烤和夏日阳光浴。画面中人们在开心享受上述活动的同时，纷纷畅饮红罐王老吉，结合时尚、动感十足的广告歌曲“不用害怕什么，尽情享受生活，怕上火，喝王老吉”，促使消费者在吃火锅、烧烤时，自然联想到红罐王老吉，从而促成购买。
- 在频频的消费者促销活动中，同样围绕着“怕上火，喝王老吉”这一主题进行。例如，在一次促销活动中，公司举行了“炎夏消暑王老吉，绿水青山任我行”刮刮卡活动。消费者刮中“炎夏消暑王老吉”字样，可获得当地避暑胜地门票两张，并可在当地渡假村免费住宿两天。这样的促销，既达到了即时促销的目的，又有力地支持巩固了红罐王老吉“预防上火的饮料”的品牌定位。
- 根据以上材料回答下列问题。
- (1) 不定项选择题。
- ①促销的实质是（     ）。
- A. 增加企业利润     B. 沟通信息     C. 吸引更多消费者     D. 销售更多商品
- ②电视广告的优越性表现在（     ）。
- A. 形象、生动、逼真、感染力强     B. 制作简单，传播快
- C. 费用低廉，宣传面广     D. 专业性强，针对性强
- (2) 王老吉在重新定位的过程中，采用了哪些促销方式？它们各自的特点有哪些？

2. (10 分) 随着国际市场竞争的日趋激烈, 一些国家为了鼓励本国商品出口, 往往会给予出口厂商一定的优惠待遇。2011 年下半年, 大连海丰公司从甲国 A 公司进口了一批手表, 甲国政府为了鼓励出口, 给予 A 公司每块手表 10 美元的补贴。我国海关除了按该批手表的总价向海丰公司征收 18% 的正常关税以外, 又额外征收了反补贴税。

根据以上内容回答下列问题。

(1) 在本案例中, 关税的税收主体是谁?

(2) 出口补贴的方式有哪几种? 甲国政府给予 A 公司的补贴属于哪一种?

(3) 我国征收反补贴税的目的是什么? 如何征收?

3. (10 分) 小赵一直想向某购物商城推销 W 品牌的运动服饰, 他便利用馈赠公司纪念品“多功能记事本”的方法接近了该商城负责人王经理。后来, 小赵在与王经理的洽谈中得知, 该店多年来一直经营 G 品牌的运动服饰, 目前商城不想改变固有的关系。小赵在对王经理的选择表示理解的同时, 将自己的产品与 G 品牌的产品的各项指标进行逐项比较, 逐渐引起王经理的兴趣。经过努力, 他终于获得了商城的订单。

根据以上内容回答下列问题。

(1) 小赵是运用哪种方法接近王经理的? 运用这种方法应该注意哪些问题?

(2) 小赵遇到的这种类型的顾客异议, 推销人员应如何处理?

4. (10 分) GAPS 是一套先进的、无纸化的电脑辅助拣货系统, 大正集团将这套设备用于配送中心。当订单的商品被批次汇总到储存区时, 拣货人员将批次汇总后的商品, 经由扫描仪读取商品信息, 相应的电子标签会显示数量, 拣货人员拿取相同数量的商品并分配到对应的标签位置上, 然后熄灭标签, 完成拣货。拣取了待出货品总量之后, 由于 GAPS 自带扫描货品条形码, 此时电子标签上面显示播种数量, 分货人员依据标签显示数量进行分货操作。

根据以上内容回答下列问题。

(1) 该公司采用的拣货策略是什么? 该拣货策略有何优点?

(2) GAPS 除了具有提高拣货速度、降低拣货错误率的优点外, 还有什么优点?

(3) 该系统依据拣货方式的不同可以分为哪些种类?

5. (10 分) 第三方电子支付牌照一直是电子支付企业翘首期盼的“尚方宝剑”。尽管这一牌照到目前为止仍未推出, 而电子支付行业却并未消极等待。

目前, 第三方电子支付已经在互联网和移动互联网遍地开花。而经过十年的发展, 互联网支付已经逐渐成熟, 支付宝、财付通、易宝等逐渐普及, 最近两年创新的焦点集中在手机端。电子支付的商机已经被两大势力盯上, 一是电信运营商, 一是银联。

请根据以上材料回答以下问题。

(1) 第三方支付平台的种类有哪些?

(2) 第三方支付有哪些特点?

(3) 电子商务发展中存在哪些问题?



山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

## 商品贸易专业试题（七）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

## 卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. ( ) 又被称为纯粹竞争市场。  
A. 完全竞争市场  
B. 完全垄断市场  
C. 寡头垄断市场  
D. 不完全竞争市场
2. 中国著名的某酒业公司, 经常在电视上做公益广告, 如“为了您平安回家, 请勿酒后驾车”等, 这说明该公司奉行的经营观念是 ( )。  
A. 产品观念  
B. 推销观念  
C. 市场营销观念  
D. 社会营销观念
3. 衡量一个国家、地区、城市、家庭生活水平高低的重要参数是 ( )。  
A. 消费者收入水平  
B. 个人可任意支配收入  
C. 个人可支配收入  
D. 恩格尔系数
4. 市场细分是对 ( ) 进行分类。  
A. 各种产品  
B. 生产同种产品的企业  
C. 对同一产品需求各异的消费者  
D. 对不同产品需求各异的消费者
5. 可以选择差异性营销的企业需具备的条件是 ( )。  
A. 企业实力弱  
B. 市场消费者对该产品需求差异大  
C. 产品处在投入期  
D. 产品同质
6. “金嗓子喉宝专门用来保护嗓子”, 该竞争方式是 ( )。  
A. 用途定位  
B. 属性定位  
C. 使用者定位  
D. 竞争定位
7. ( ) 是指企业原来定位于高档市场的产品线向下延伸, 增加低档产品项目。  
A. 向下延伸  
B. 向上延伸  
C. 两端延伸  
D. 双向延伸
8. 当某化妆品公司调研人员提出为妇女化妆品领域开发一系列新产品的想法并经公司经理层进行分析决定采纳某一观念或想法时, 他们下一步的工作应该是 ( )。  
A. 新产品市场分析  
B. 新产品筛选  
C. 新产品概念的形成和测试  
D. 新产品研制
9. 下列产品定价目标属于稳定价格目标的是 ( )。  
A. “一家人”美食馆, 每天都有特价菜, 周一“一元”, 周二“二元”, 以此类推, 这种价格政策, 吸引了不少顾客在此订餐, 餐馆的收入大增

- B. 针对大学生这类顾客群体,“69 元”服饰专卖店拥有大量的固定学生会会员,近期又推出了“25 元”箱包专卖,深受大学生的喜爱
  - C. 明城公交公司是市内最大的客运公司,票价一直采用“1 元”,方便广大市民出行
  - D. 蒙牛集团和伊利集团的各类产品中,奶制品价格不相上下,国庆节期间,蒙牛产品进行了降价促销,购买蒙牛产品的消费者明显增多。
10. 顾客购买某种商品 1000 单位以下,单价为 10 元,购买 1000 单位以上,单价为 9 元,这种折扣属于( )。
- A. 现金折扣                  B. 数量折扣                  C. 功能折扣                  D. 季节折扣
11. 一家服装生产公司决定由自己的推销机构直接向消费者出售商品,该公司采用的分销渠道是( )。
- A. 零层渠道                  B. 窄渠道                  C. 间接渠道                  D. 长渠道
12. 下列不适合采用直接渠道的是( )。
- A. 企业本身资金雄厚
- B. 生产企业自身在销售力量、销售经验等方面有较好的条件
- C. 发货限额较高
- D. 消费者购买数量少、次数多
13. 某旅游批发商抱怨旅游生产企业在产品价格方面控制太紧,留给自己的利润空间太小,这属于( )。
- A. 水平渠道冲突                  B. 垂直渠道冲突                  C. 不同渠道冲突                  D. 其他冲突
14. 具有传播面广、形象生动、节省人力优点的促销方式是( )。
- A. 人员推销                  B. 广告                  C. 公共关系                  D. 营业推广
15. 报纸广告的优点是( )。
- A. 传播信息迅速及时,供人们反复阅读
- B. 专业领域分布广泛,宣传针对性强
- C. 针对性强,可以多次反复,加深人们的印象
- D. 声形并茂,画面优美,表现手法丰富
16. 一定时期内一国出口总额与进口总额之间的差额称为( )。
- A. 对外贸易值                  B. 对外贸易量                  C. 贸易差额                  D. 对外贸易额
17. 下列不属于有形贸易特点的是( )。
- A. 向海关申报
- B. 缴纳关税
- C. 列入海关每日统计
- D. 贸易额只在各国国际收支表中得到部分反应
18. 新贸易保护条件下贸易保护的重心是( )。
- A. 从传统产品转向高精尖产品                  B. 从关税转向非关税
- C. 从限制进口转向鼓励出口                  D. 从限制出口转向鼓励出口
19. 贸易自由化的主要表现不包括( )。

- A. 大幅度削减关税

B. 保护的商品不断增加
- C. 减少或撤销非关税壁垒

D. 放宽外汇管制
20. 按照商品的计量单位为标准计征的关税称（ ）。
- A. 从量税

B. 从价税

C. 混合税

D. 选择税
21. 不依法交纳关税的，就要受到国家法律的制裁，这体现了关税的（ ）。
- A. 预定性

B. 无偿性

C. 自愿性

D. 强制性
22. 进口国直接对进口商品的数量、金额加以限制称为（ ）。
- A. 直接的非关税壁垒

B. 间接的非关税壁垒

C. 直接的关税壁垒

D. 间接的关税壁垒
23. 原联邦德国禁止在国内使用专门从前往后开的汽车，这种汽车正是意大利菲亚特 500 型汽车的式样，这种措施是（ ）。
- A. 卫生检疫规定

B. 技术标准

C. 包装标签规定

D. 安全标准
24. 规定进出口商必须履行一定的出口义务方可获得一定的输入的权利，或获得一定的进口权利的进出口商必须承担一定的出口义务，这种措施是（ ）。
- A. 外汇分红制

B. 复汇率制

C. 进出口连锁制

D. 出口奖励证制
25. 为了防止缔约国由于意外的、不正常的原因使国内市场受到冲击而利益受损，GATT 设立了（ ）。
- A. 非歧视原则

B. 公平贸易原则

C. 贸易争端的磋商调解原则

D. 合理保障原则
26. 顾客购买心理的复杂性是指（ ）。
- A. 大众传媒的传播、广告促销的影响促使消费者心理发生变化

B. 消费者的需求从潜在需要变为现实需要

C. 对于同一商品的购买，顾客有多种主导心理

D. 顾客因不同收入、年龄对商品的包装、外形和售后服务有不同的需求
27. 确定与潜在目标顾客见面的时间和地点的基本规则是（ ）。
- A. 应选择在潜在目标顾客允许和接受的范围内

B. 应选择在推销人员方便的范围内

C. 应选择在公共场所

D. 应选择在目标顾客居住地或工作地点
28. 在推销洽谈过程中，推销人员最基本的行为准则是（ ）。
- A. 针对性原则

B. 诚实性原则

C. 参与性原则

D. 倾听性原则
29. 在接近顾客时，最能吸引顾客注意的方法是（ ）。
- A. 卖高级领带的推销员在顾客面前把领带揉成一团再轻易地拉平

B. 推销员在顾客面前将衣服抖开再一件件折起来

C. 推销员问顾客：“你想每年生产节约 2 万元吗？”

D. 推销员向顾客赠送小礼物
30. 推销员向顾客介绍推销品后，又说：“如果您在十月底以前购买我们的产品，可得到

- 5%的价格优惠和最新研制的样品试用。”此推销员采用的推销洽谈方法是（ ）。
- A. 直接介绍法

B. 直接提示法

C. 直接演示法

D. 间接提示法
31. 下列属于委托助手法寻找顾客的方法是（ ）。
- A. 推销员小王挨家挨户地推销产品

B. 推销员小于请居委会主任帮助介绍推荐煤气灶

C. 推销员小李向顾客介绍完剃须刀后又推销刀片

D. 推销员小刘让同学购买了自己的商品后请他给自己介绍顾客
32. 下列说法正确的是（ ）。
- A. 小点成交法利用了人们对次要问题容易做决定的心理

B. 优惠成交法的最大优点是有益于促使顾客立即购买推销品

C. 从众成交法适用于个性较强、喜欢标新立异的顾客

D. 机会成交法的本质是在利益上对顾客做出让步，利用顾客的求利心理
33. 将配送中心按照（ ）划分，可以分为城市配送中心、区域配送中心。
- A. 专业化程度

B. 服务对象

C. 服务区域

D. 配送成本
34. 以下不属于自动仓库效益的是（ ）。
- A. 自动化作业

B. 搬运作业减少，特别是叉车搬运路线大量缩短

C. 防盗性佳

D. 产能弹性大
35. 可大量缩短拣货行走距离，使拣货效率更高，这个优点属于分批原则中的（ ）。
- A. 合计量分批

B. 时窗分批

C. 定量分批

D. 智慧型分批
36. 在合理安排企业自身完成的配送业务下，再外包给第三方物流完成一些配送业务，这是（ ）。
- A. 混合策略

B. 差异化策略

C. 延迟策略

D. 标准化策略
37. 以下不属于所有货物通过配送中心的保存和运送的特点是（ ）。
- A. 较低的库存水平

B. 库存水平高

C. 增加了配送中心的处理费用

D. 通过联合降低了进货运输成本
38. 物流的目的包括努力协调实物配送和物资管理，以节省开支或者改善服务，这属于（ ）。
- A. 低成本战略

B. 客户服务战略

C. 柔性战略

D. 准确定位战略
39. 配送的最佳目标不包括（ ）。
- A. 路线最短

B. 所用车辆最少

C. 作业成本最低

D. 货损货差最少
40. 在配送的种类中，对配送系统污染进行控制的配送类型是（ ）。
- A. 共同配送

B. 加工配送

C. 新型物流配送

D. 绿色物流配送
41. 电子商务最早产生于（ ）。
- A. 英国

B. 美国

C. 日本

D. 加拿大

42. 在整个电子商务业务中，最简单、最常见的一种电子商务系统是（ ）。
- A. 支持交易前的系统                      B. 支持交易中的系统
- C. 支持交易后的系统                      D. B-to-C 电子商务系统
43. 银行卡网上支付方式的结构和业务流程十分适合的模式是（ ）。
- A. B-to-G 电子商务                      B. B-to-C 电子商务
- C. B-to-B 电子商务                      D. C-to-G 电子商务
44. 最早和支付宝签署战略合作协议的银行是（ ）。
- A. 中国工商银行      B. 中国建设银行      C. 招商银行      D. 中国农业银行
45. 在支付宝合作的网站上挑选商品，属于支付宝使用的（ ）。
- A. 第一步              B. 第二步              C. 第三步              D. 第四步
46. 下列关于电子商务方式的说法错误的是（ ）。
- A. 从交易活动过程看，电子商务可以实现多个卖家的查询
- B. 从交易环节看，电子商务环节较多
- C. 从交易费用看，电子商务费用较低
- D. 从交易环境看，电子商务是网上不谋面的虚拟环境谈判
47. 下列关于网络广告的说法错误的是（ ）。
- A. 网络广告是二维广告
- B. 网络广告拥有最有活力的消费群体
- C. 网络广告制作成本低
- D. 网络广告具有交互性和纵深性
48. 政府利用电子商务发放许可证，这种电子商务属于（ ）。
- A. B-to-B 电子商务                      B. B-to-C 电子商务
- C. B-to-G 电子商务                      D. C-to-G 电子商务
49. 对商品流通和交易方式的改变叙述不正确的有（ ）。
- A. 中间商（即传统商业）地位的加强      B. 直接交易过程的出现及营销全球化
- C. 实务操作无纸化                      D. 支付过程的无现金化
50. 电子支票属于（ ）。
- A. 储值卡型电子货币                      B. 信用卡应用型电子货币
- C. 存款利用型电子货币                      D. 现金模拟型电子货币

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（第 2 小题 4 分，第 3 小题 6 分，其他每小题 5 分，共 35 分）

1. 企业市场定位的关键是什么？市场定位可以通过哪些步骤来完成？

2. 影响企业定价的内部因素有哪些？

3. 简述征收反补贴税的程序。

4. 对于有着明确的购买愿望和购买目标的顾客，推销人员所采用的推销模式的具体步骤是什么？

5. 物流配送活动中常见的运输网络结构有哪些？

6. 简述电子商务网上支付的方式有哪些？

7. 网络营销有哪些特点？

三、计算题（每小题 5 分，共 10 分）

1. 某企业某种新产品年摊固定成本为 300000 元，2006 年销售量达到 10000 件，售价为 180 元，刚刚实现盈亏平衡，2012 年预计产量可达 12000 件，售价定为多少才能达到 60 万元的利润？
2. 某国 2007 年的国内生产总值为 60000 亿美元，出口贸易额为 2580 亿美元，当年的贸易顺差为 60 亿美元，计算该国当年的对外贸易依存度。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 55 分）

1. （16 分）1998 年，百事可乐百年之际，百事推出了一系列的营销举措。1998 年 1 月，郭富城成为百事国际巨星，他与百事合作的第一部广告片，是歌曲《唱这歌》的 MTV 情节的一部分。身着蓝色礼服的郭富城以其活力无边的外形和矫健的舞姿，把百事一贯的主题发挥得淋漓尽致。此片在亚洲地区推出后，受到了年轻一代的普遍欢迎。
- 1998 年 9 月，百事可乐在全球范围内推出其最新的蓝色包装。配合新包装的亮相，郭富城拍摄了广告片《一变倾城》，歌曲《一变倾城》也是郭富城新专辑的同名主打歌。换了蓝色“新酷装”的百事可乐，借助郭富城的广告和大量的宣传活动，以“ask for more”为主题，随着珍妮·杰克逊、瑞奇·马丁、王菲和郭富城的联袂出击，掀起了“渴望无限”的蓝色风暴。
- 长期以来，百事可乐始终致力于建立以“百事可乐基金”为切入点的良好公共关系体系，热心赞助体育赛事及其他公益事业，如赞助八运会、赞助中国甲 A 足球联赛、支持中国申奥成功等。
- 百事可乐不惜巨资赞助八运会，取得了八运会饮料指定产品的称号，大张旗鼓地掀起了一场沟通高潮，出尽了风头，造成了一个虽在总体上不及、但在特定时期和特定环境中气势大大超过可口可乐公司的局面，不但在当时取得了明显的效益，而且还为其在他国的进一步发展打下了坚实基础。
- 根据上述资料回答下列问题。
- （1）百事公司应用了哪几种促销方式？其优点和缺点有哪些？
- （2）影响企业促销组合的因素有哪些？
- （3）郭富城拍摄的广告片《一变倾城》，应该符合广告创意的哪些基本要求？
2. （10 分）中国 A 公司与越南 B 公司签约出口一批大型成套设备。双方在签订买卖合同后，越南 B 公司先支付货款的 5%~15%，作为履行的一种保证金；在分批交货、验收和保证期满时，再分期支付货款的 10%~15%；其余的货款在全部交货后 8 年内分期支付，并支付延期付款期间的利息。中国 A 公司把所得的款项与利息按贷款协议的规模偿还给本国的供款银行。
- 根据以上内容回答以下问题。
- （1）A 公司所采用的商品出口方式属于哪一种贸易措施？该贸易措施是如何分类的？
- （2）A 公司所采取的贸易措施与哪一种贸易措施结合使用，可降低信贷风险？



(3) A 公司所采取的贸易措施的特点是什么?

3. (9 分) 推销员小张对顾客说:“我们生活中吃的蔬菜、水果中的农药和激素残留已严重危害我们的健康,这方面你一定深有感触吧?你看,这是一种新型健康厨房用品,它既可以使你的餐具干净,又可清除蔬菜、水果中的农药和激素残留。我可以给你做个实验,你可以比较一下。这是普通餐洗净洗的水果,上面还残留着农药和激素的痕迹,而用我们的餐洗净洗的水果就不存在这个问题,一喷一洗就干净了。你看我给你演示一下,你可以在清洗蔬菜、水果时,在清水中滴上几滴,泡上几分钟就行。”顾客听完介绍,看完演示,满意地买下产品。

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 推销员运用了哪种说服顾客的方法?
- (2) 推销员运用了哪些推销洽谈的方法?
- (3) 为了推销洽谈成功,推销员可以运用哪些洽谈策略?

4. (10 分) 沃尔玛一贯的经营宗旨是在物流运营过程中尽可能降低成本,把节省后的成本让利于消费者。沃尔玛在整个物流过程中,最昂贵的就是运输部分,所以沃尔玛在设置新卖场时,尽量以其现在的配送中心为出发点,卖场一般都设在配送中心周围,以缩短送货时间,降低送货成本。物流配送中心一般设立在 100 多家零售店的中央位置,另外运输的半径既比较短又比较均匀,基本上是以 320 公里为一个商圈建立一个配送中心。

配送中心的一端是装货月台,可供 130 辆卡车同时装货;另一端是卸货月台,可同时停放 135 辆卡车。车中的每立方米都被填得满满的,这样非常有助于节约成本。

公司 6000 多辆运输卡车全部安装了卫星定位系统,每辆车在什么位置、装载什么货物、目的地是什么地方,总部都一目了然。这样,当超市员工知道车队由于天气、修路等某种原因耽误了到达时间时,装卸工人就可以不用再等待,而可以安排别的工作了。

沃尔玛的分店货架平均一周可以补货两次,通过维持尽量少的存货,沃尔玛既节省了存储空间又降低了库存成本。

根据以上材料回答下列问题。

- (1) 在保持对用户服务水平的前提下,降低配送成本可采取的策略有哪些?
- (2) 配送作业的管理主要包括哪几个方面的管理?

5. (10 分) 亚马逊网上书店 1997 年 5 月起开始网上销售,在短短的几年内就发展成为拥有 250 万种图书、年销售额 6 亿美元的大型书店,顾客遍布世界各地。DeII 公司通过网上销售产品,让用户根据自己的喜好,选择不同的电脑配置和送货方式,销售在全行业一路领先。

根据以上材料回答下列问题。

- (1) 从交易对象看,案例中的电子商务类型是哪一种?
- (2) 电子商务下市场的性质发生了哪些变化?
- (3) 网络环境下企业需要传播的信息有哪些?

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（八）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 按照营销理论，下列关于市场的说法错误的是（ ）。
- A. 人口是构成市场的最基本要素
- B. 是具有支付能力的需求
- C. 包括现实市场和潜在市场
- D. 必须有相应的场所
2. 下列关于市场细分的说法正确的是（ ）。
- A. 不同细分市场的消费者对同一产品的需求大致相同
- B. 同质市场和异质市场是不可转换的
- C. 细分市场的理论依据是消费者对同一产品需求的多样性
- D. 细分市场的理论依据是消费者对同一产品需求的一致性
3. 下列不属于产品组合要素的是（ ）。
- A. 产品线
- B. 产品项目
- C. 产品线宽度
- D. 产品线深度
4. 下列属于经济环境的是（ ）。
- A. 人口老龄化
- B. 新生儿男女失衡
- C. 鼓励大西北创业
- D. 恩格尔系数下降
5. 最可能促成当即交易的促销方式是（ ）。
- A. 新闻报道
- B. 有奖销售
- C. 电视广告
- D. 柜台推销
6. 产品类别多、顾客类别多且分散时，应采用的推销组织结构形式是（ ）。
- A. 区域式结构
- B. 产品式结构
- C. 顾客式结构
- D. 复合式结构
7. 下列关于独家分销说法正确的是（ ）。
- A. 容易发生窜货
- B. 生产企业若运用不当，风险较大，容易受制于经销商
- C. 适用于快速消费品的分销
- D. 渠道管理成本高
8. 下列属于企业对中间商进行直接激励的是（ ）。
- A. 根据销售点气氛返利
- B. 提供优质产品
- C. 进行促销支持
- D. 协助人员培训
9. 下列说法正确的是（ ）。
- A. 网上销售一定是直销
- B. 确定中间商数目即确定渠道长度

- C. 直销成本最低
- D. 确定渠道模式即确定渠道长度
10. 名人书画限量高价销售，其采用的定价策略是（ ）。
- A. 整数定价
- B. 招徕定价
- C. 声望定价
- D. 习惯定价
11. 新款式衣服属于（ ）。
- A. 全新产品
- B. 换代产品
- C. 改进新产品
- D. 仿制新产品
12. 覆盖面广、变现手法多、不受时空限制，但制作费用较高、针对性差的广告媒体是（ ）。
- A. 电视
- B. 广播
- C. 报纸
- D. 邮寄
13. 下列不属于针对消费者的营业推广方式的是（ ）。
- A. 赠送样品
- B. 业务会议
- C. 交易印花
- D. 折价券
14. 下列情况需要提价的是（ ）。
- A. 通货膨胀
- B. 急需资金回笼
- C. 开拓新市场
- D. 供大于求
15. 一般而言，采用短宽渠道的是（ ）。
- A. 单位价值较高的产品
- B. 体小而轻便的产品
- C. 鲜活易腐商品
- D. 成长期、成熟期产品
16. 以一定时期的不变价格为标准来计算对外贸易值是（ ）。
- A. 对外贸易
- B. 对外贸易量
- C. 对外贸易总值
- D. 国际贸易
17. 表示在一定时期内各类商品分别在进出口贸易总额中所占的比重的是（ ）。
- A. 净出口
- B. 净进口
- C. 国际贸易商品结构
- D. 国际贸易地理方向
18. 早期重商主义的代表人物是（ ）。
- A. 托马斯·孟
- B. 威廉·斯塔福德
- C. 汉密尔斯
- D. 李斯特
19. 国际分工理论的创始者是（ ）。
- A. 亚当·斯密
- B. 大卫·李嘉图
- C. 凯恩斯
- D. 李斯特
20. 普惠税是指（ ）。
- A. 发达国家给予发展中国家的优惠进口关税
- B. 发展中国家给予发达国家优惠进口关税
- C. WTO 成员之间相互给予的优惠进口关税
- D. 自由贸易区成员方之间相互给予的优惠进口关税
21. 下列关税不属于按征税对象或商品流向分类的是（ ）。
- A. 进口税
- B. 财政关税
- C. 出口税
- D. 过境税
22. 通过增加进口商的资金负担而起到限制商品进口作用的是（ ）。
- A. 进口押金制
- B. 进口配额制
- C. 国内税
- D. 歧视性政府采购
23. 海关估价的原则是（ ）。
- A. 就高也就低，高估进口商品价格
- B. 就低不就高，低估进口商品价格
- C. 就高不就低，低估进口商品价格
- D. 就高不就低，高估进口商品价格
24. 出口企业利用本国货币对外贬值的机会，争夺国际市场的特殊手段是（ ）。

- A. 商品倾销

B. 外汇倾销

C. 社会倾销

D. 偶然性倾销
25. 国民待遇条款的适用范围包括（ ）。
- A. 缔约国另一方的购买土地权

B. 缔约国另一方的领海捕鱼权

C. 缔约国另一方的公民、企业和船舶在本国国内的经济权益

D. 缔约国另一方的沿海贸易权
26. 中国香港的推销界有一句名言：“亲戚朋友是生意的扶手棍。”这说明对初次推销的人员，（ ）是一种很好的方法。
- A. 普访法

B. 现有顾客挖潜法

C. 缘故法

D. 权威介绍法
27. 推销洽谈的第一步是（ ）。
- A. 寻找顾客

B. 推销接近

C. 约见

D. 处理顾客异议
28. “这是我们公司最后一批优惠产品，冬季就要到了，我们很快就要恢复原价。”这位推销羽绒制品的推销员采用的策略是（ ）。
- A. 以顾客关心的利益诱导顾客

B. 向顾客发出“最后通牒”

C. 耐心倾听，以理服人

D. 以退为进
29. 推销人员将购买商品的支出分解为每日支出，并突出顾客支出虽较小，但可获得较大利益，这种消除异议的方法是（ ）。
- A. 真诚倾听法

B. 逐日核算法

C. 优点补偿法

D. 预防法
30. 推销员小王说：“您喜欢哪一种颜色的？请填写在这张订单上。”其采用的成交方法是（ ）。
- A. 请求成交法

B. 假定成交法

C. 选择成交法

D. 激将成交法
31. 推销人员通过摆事实、讲道理，使顾客放弃异议，双方取得共识的过程是（ ）。
- A. 推销接近

B. 约见

C. 说服顾客

D. 寻找顾客
32. 推销人员利用一切可以利用的机会，主动与潜在目标顾客接近是指（ ）。
- A. 表演接近法

B. 搭讪与聊天接近法

C. 求教接近法

D. 自我介绍接近法
33. 特殊性强，计划难度大，适合采用的对象不多，虽较理想，但不是一种普遍采用的配送方式是（ ）。
- A. 定时配送

B. 定量配送

C. 定时定量配送

D. 即时配送
34. 物流配送中心的厂房规划以（ ）为依据。
- A. 作业流程

B. 物流动线

C. 办公流程

D. 出货流程
35. 下列关于第三方物流的说法不正确的是（ ）。
- A. 源自管理学中的业务外包

B. 可以叫合同制物流

C. 其发展的推动力就是要为自己创造利润

D. 有助于缓解城市交通压力
36. 在配送流程的基本环节中，上货的最终环节是（ ）。
- A. 备货

B. 复核

C. 配装

D. 配送
37. 每个 WMS 均为物流信息平台的组成部分，必须确保系统的完整性，实现无缝对接，这体现了（ ）。

- A. 系统性原则

B. 适用性原则

C. 先进性与可扩展性原则

D. 安全与保密原则
38. 某公司从澳大利亚进口一批婴幼儿奶粉，在每一个商品的外包装上贴中文标签，这属于（ ）。
- A. 保存产品

B. 提高产品利用率，方便用户

C. 适应多样化需要

D. 经销需要
39. EAN8 码与 EAN13 码的区别是（ ）。
- A. 前缀码

B. 厂商识别码

C. 商品项目代码

D. 校验码
40. 适合装载较轻、搬运距离较短的场合的是（ ）。
- A. 杠杆式手推车

B. 手推台车

C. 登高式手推台车

D. 搬运车
41. 中国电子商务开始于（ ）。
- A. 20 世纪 60 年代

B. 20 世纪 70 年代

C. 20 世纪 80 年代

D. 20 世纪 90 年代
42. 与传统的商务系统不同，在电子商务系统中主要处理的是（ ）。
- A. 物流

B. 信息流

C. 资金流

D. 事物流
43. 某花店开通网上商店，为顾客提供网上鲜花预订、限时配送等服务，这是电子商务的（ ）类型。
- A. 完全电子商务

B. 非完全电子商务

C. B-to-G 电子商务

D. C-to-G 电子商务
44. 电子商务的实现要点是（ ）。
- A. 展示单一的购物界面

B. 考虑系统的专用性

C. 提供专用的服务器

D. 保证交易安全
45. 下列属于 4C's 内容的是（ ）。
- A. 广告宣传

B. 人员推销

C. 公共关系

D. 方便购买
46. 下列不属于电子商务框架层次的是（ ）。
- A. 网络层

B. 信息发布层

C. 一般业务服务层

D. 法律法规层
47. 在推拉互动的信息供需模式中，“拉”的过程是指（ ）。
- A. 消费者主动上网搜寻所需信息

B. 信息源推出所有节目素材上网

C. 利用报纸、电台等媒体进行宣传

D. 加入著名搜索引擎吸引客户
48. 对成本定价过程表示正确的是（ ）。
- A. 产品及功能设计→生产成本+生产利润+商业利润→产品价格

B. 产品及功能设计→生产成本+生产利润+商业利润+品牌系数→产品价格

C. 产品及功能设计→生产成本+生产利润→产品价格

D. 消费者需求→产品功能→生产与商业成本→市场可以接受的性能价格比
49. 诚信家电商城在海尔网站上直接索要某款空调报价单，该业务属于电子商务系统中的（ ）。
- A. 支持交易前的系统

B. 支持交易中的系统

C. 支持交易后的系统

D. 完整交易系统

50. 某地方政府通过 Internet 发布办公用品采购清单，甲公司遂以电子化方式回应，这属于（ ）。
- A. B-to-G 电子商务

B. B-to-C 电子商务

C. G-to-G 电子商务

D. C-to-G 电子商务

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 影响促销组合的因素有哪些？
2. 简述目标市场应具备的条件。
3. 在贸易协定中，最惠国待遇条款适用的范围包括哪些内容？按有无条件分，可分为哪几类？

4. “迪伯达”模式在发现顾客的需要和愿望后，还要经过哪些步骤？
5. 条形码在物流配送中心主要应用于哪些方面？
6. 网上支付组件有哪几个？哪个组件不是网上支付的必要条件？
7. 电子商务的主要环节有哪些？



三、计算题（第 1 小题 10 分，第 2 小题 5 分，共 15 分）

1. 某生产企业的 A 产品，投资 320 万元。第一年预期投资收益率为 8%，预计产量为 13 万件；第二年预期投资收益率为 14%，预计产量为 15 万件。假如该企业各年固定成本消耗均为 40 万元，产品单位变动成本为 6 元，计算各年单位售价分别为多少方可达到预期投资收益率。
2. 某国 2011 年的国内生产总值为 80000 亿美元，进口贸易额为 7320 亿美元，当年的贸易逆差为 240 亿美元，计算该国当年的外贸依存度。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （11 分）广州某电子公司是一家专门生产家电的中型企业，其产品主要有电视机、收音机、录音机等，主要销往中东地区。近几年来，该公司的电视机在中东市场有一定的消费者群，消费者对其产品已经逐渐了解、熟悉，销量和利润迅速上升。但是，目前同类产品的竞争者开始生产这类产品，竞争逐渐加剧，因而，这一阶段该公司在中东市场的促销目标主要是激发顾客的选择性需求，巩固老顾客，吸引新顾客，以此目标来提高市场占有率。
- 根据以上资料回答下列问题。

- （1）该公司在中东市场的销售属于产品生命周期的哪一阶段？该阶段应采取哪些营销策略？
- （2）该阶段应采取什么样的促销方式？
- （3）竞争者的类型有哪些？

2. （10 分）长期以来，中、美两国经贸关系的主脉一直为美国投资、中国制造。举个简单的例子，假定美国生产一双耐克鞋的成本是 20 美元，转移到中国生产，其离岸成本价格仅为 4 美元，中国赚取的只不过是员工的薪水和企业上缴的税金，企业获得的利润仅为 0.4 美元。近些年，随着人民币的升值，这种局面有所改观。
- 人民币升值过程中，给中国政府施加压力最大的是美国。人民币的升值导致美国消费者必须以更高的价格才能买到中国商品，而以人民币衡量的美国商品则十分便宜。很多美国出口商利用这个机会积极扩大对中国市场的出口。这样一种形势，迫使我们必须优化国际贸易商品结构，改善我国的对外贸易状况。
- 根据以上内容回答下列问题。
- （1）普雷维什提出的“中心-外围”理论，将世界分为中心体系和外围体系，形成这种局面的原因是什么？根据这一理论，美国处于哪个体系？
- （2）人民币升值过程中，给中国政府施加压力最大的就是美国。美国采取的是哪种鼓励出口措施？该措施生效的条件是什么？
- （3）按照经济发展水平分类，中国和美国之间的贸易属于哪种类型的国际贸易？

3. (9 分) 一天, 推销员小刘经老顾客介绍来到一家大公司推销产品, 顾客说: “对不起, 我们已经向某公司进货了!” 小刘遭到了拒绝, 但他并没有着急, 而是引导顾客讨论目前市场上的同类产品, 包括他们购进的产品与推销品之间的不同, 顾客认同了小刘的观点, 小刘满意地走了。过了几天, 小刘再次登门推销, 他说: “上次我们已经达成了共识, 我们的产品与市场上的其他同类产品包括您目前购进的产品相比, 存在着不同之处。今天我要告诉您我们的产品将会给贵公司带来多大的效益, 如果不买我们的产品, 贵公司的损失将有多大。” 说着, 推销员做起了示范, 顾客仔细端详推销品, 小刘又说: “这样吧, 价格上我给您打九折, 希望我们合作愉快!” 最终, 小刘获得了一大笔订单。根据以上材料回答下列问题。

- (1) 小刘初次推销遇到顾客的什么异议? 怎样处理的? 还有哪些措施?
- (2) 小刘在寻找顾客、说服顾客、成交阶段分别运用了哪些方法?
- (3) 小刘运用的成交法的实质是什么?

4. (10 分) 众所周知, 沃尔玛的业务之所以能够迅速增长, 正是因为沃尔玛在节省成本及物流运送、配送系统方面取得了一些成就。沃尔玛之所以成功, 很大程度上是因为它至少比竞争对手提前 10 年将尖端科技和物流系统进行了巧妙搭配。①射频 (RF) 技术在日常的运作过程中可以跟条形码结合起来应用; ②便携式数据终端设备 (PDT) 可以直接查询货物情况; ③物流条形码能及时有效地对企业物流信息进行采集跟踪; ④射频识别 (RFID) 技术通过射频信号自动识别对象并获取相关数据, 识别工作无须人工干预, 可在各种恶劣环境中进行。沃尔玛以质量和速度赢得了用户满意度和忠诚度的提高。根据以上材料回答下列问题。

- (1) RF 系统与 RFID 有什么异同?
- (2) 国际上物流领域常用的条形码有哪几种? 条形码除了在货物配送管理中具有重要意

义外, 还可以应用于物流配送中心的哪些管理?

5. (10 分) 亚马逊曾经自称是举世最大的折扣者, 有多达 30 万种以上的图书可以进行购买折扣优惠。的确, 少了中间商抽成剥削, 促使亚马逊销售的书籍或其他商品有着较平实的价格。事实上, 后来亚马逊的说法是, 该公司已经有超过 40 类以上的商品, 包括书籍、唱片和视盘, 可以省下高达 40% 的售价。提供实惠的商品是贝索斯的坚定信念, 他曾经表示: “拒绝提供折扣优惠是一项极大的错误。大部分网络企业失败的原因, 都在于错估了价值的定理。” 然而, 亚马逊业务的扩张没有能够阻止其亏损的趋势, 以至于现在没有人能说得出来亚马逊的未来走向。面对亚马逊的迅速扩张和巨额亏损, 人们普遍产生了疑问: 为什么电子商务网站几乎都在赔本经营? 商务网站的扭亏为盈还需要多长时间? 电子商务的真正普及还需要多久?

根据以上资料回答下列问题。

- (1) 传统交易方式与电子商务交易方式相比较有哪些不同?
- (2) 根据案例分析网络营销有哪些特点。

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（九）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 既存在竞争因素，又存在垄断因素，至少有两个以上的卖方和买方，是一种广泛存在的市场，这种市场类型是（ ）。
- A. 完全竞争市场      B. 完全垄断市场      C. 寡头垄断市场      D. 不完全竞争市场
2. 为了适应社会对环境保护的要求，许多企业主动采取绿色包装以降低白色污染，这种做法反映了企业的（ ）。
- A. 绿色营销观念      B. 直复营销      C. 市场营销观念      D. 生产观念
3. 中国消费者不习惯超前消费，西方国家消费信贷很普遍，这种现象主要是由于东西方不同的（ ）。
- A. 宗教信仰      B. 风俗习惯      C. 价值观念      D. 文化结构
4. 一个细分市场是否有价值，主要取决于该市场的（ ）。
- ①需求状况    ②竞争能力    ③企业资源状况    ④中间商多少
- A. ①②③④      B. ①②③      C. ①③      D. ②③
5. 能较好地分散公司经营风险，即使某个细分市场失去了吸引力，公司仍可在其他市场子市场上获取利润，这种模式是（ ）。
- A. 单一市场集中      B. 产品专门化      C. 市场专门化      D. 选择性专门化
6. 可以提高企业整体形象和产品形象，但顾客可能会对高档产品产生质疑的延伸策略是（ ）。
- A. 向上延伸      B. 向下延伸      C. 双向延伸      D. 缩减产品组合策略
7. 延长产品生命周期，与企业能否收回投资、获得良好的经济效益密切相关。延长产品生命周期最根本的办法是（ ）。
- A. 对产品进行再开发      B. 产品的更新换代
- C. 市场营销组合改革      D. 开拓产品新市场
8. 2011 年 10 月，某照相机生产企业开发出一种新型照相机 N I，N I 只有黑色和白色两种外壳，半年后该企业又推出了与 N I 功能完全相同但拥有多种颜色外壳的 N II。从市场营销的角度看，该企业推出的照相机 N II 是（ ）。
- A. 全新产品      B. 仿制新产品      C. 换代新产品      D. 改进新产品

9. （ ）在市场不景气的的情况下采用比较合适。
- A. 成本加成定价法      B. 盈亏平衡定价法
- C. 需求导向定价法      D. 目标利润定价法
10. 德国的奔驰汽车售价 20 万马克；瑞士莱克斯手表，价格为五位数；巴黎里约时装中心的服装，一般售价 2000 法郎。这是运用的是（ ）。
- A. 招徕定价      B. 整数定价      C. 撇脂定价      D. 声望定价
11. 下列说法不正确的是（ ）。
- A. 单价较低、市场较广的产品，可采用多环节的间接分销渠道
- B. 鲜活易腐品可采取长渠道销售
- C. 定制品一般选择直接销售渠道
- D. 为尽快把新产品投入市场，扩大销路，生产企业一般选择直接销售渠道
12. 对在规定的区域和时段内销量第一的渠道成员给予奖励，这属于（ ）。
- A. 过程返利      B. 等级进货奖励      C. 销售竞赛      D. 定额返利
13. （ ）能直接沟通信息，反馈及时，可当面促成交易，但费用较高。
- A. 人员推销      B. 公共关系      C. 广告      D. 营业推广
14. “多则惑，惑则迷，迷则乱，乱则空”，这要求广告创意应符合（ ）。
- A. 广告主题      B. 引人注目      C. 独特新颖      D. 简明易懂
15. 一个企业或团体为了适应环境的需要，争取社会各界的理解、信任和支持，树立企业或团体的良好信誉和形象而采取的一系列活动是（ ）。
- A. 人员推销      B. 营业推广      C. 公共关系      D. 广告
16. 国际贸易的主要结算方式是（ ）。
- A. 自由结汇贸易      B. 易货贸易      C. 信用证      D. 支票
17. 某年世界出口货物贸易额为 1.6 万亿美元，进口货物贸易额为 1.7 万亿美元，该年国际货物贸易额为（ ）。
- A. 0.1 万亿美元      B. 1.6 万亿美元      C. 1.7 万亿美元      D. 3.3 万亿美元
18. 对外贸易乘数理论是（ ）。
- A. 李斯特的保护贸易理论      B. 李嘉图的自由贸易理论
- C. 凯恩斯的超保护贸易理论      D. 亚当·斯密的自由贸易理论
19. 李斯特将各国经济发展划发为五个阶段，他认为一国需要采取保护措施的阶段是（ ）。
- A. 畜牧时期      B. 农业时期      C. 农工商时期      D. 农工业时期
20. 对同一商品来说，下列税率最高的是（ ）。
- A. 特惠税率      B. 最惠国税率      C. 普通税率      D. 普惠税率
21. 对一种进口商品所征收的混合税额等于（ ）。
- A. 从价税额与选择税额之和      B. 从量税额与选择税额之差
- C. 从价税额与从量税额之差      D. 从量税额与从价税额之和
22. 在一定时期内，对某些商品的进口数量或金额规定一个最高数额，达到这个数额后，



- 便不准进口的是（ ）。
- A. 绝对配额            B. 国别配额            C. 关税配额            D. 协议配额
23. 出口信贷是（ ）。
- A. 出口国银行向出口厂商提供的贷款
- B. 出口国银行向出口厂商或国外进口厂商提供的贷款
- C. 进口国银行向出口厂商提供的贷款
- D. 出口国厂商向进口国厂商提供的贷款
24. 处理 WTO 日常事务的是（ ）。
- A. 部长级大会            B. 总理事会            C. 秘书处            D. 总干事
25. 按总协定的规定，缔约国原则上应取消的是（ ）。
- A. 国民待遇            B. 最惠国待遇            C. 关税措施            D. 数量限制
26. 下列推销人员在寻找顾客的过程中采用现有顾客挖潜法的是（ ）。
- A. 推销员小王在向自己的老顾客推销产品以后，又请他介绍朋友、同事来购买
- B. 推销员小张拜访居民楼挨门挨户推销产品
- C. 推销员小李向顾客推销完剃须刀后继续向此顾客推销刀片
- D. 推销员小于请居委会主任帮助介绍推荐节能燃气灶
27. 运用问题接近法的关键是（ ）。
- A. 刺激顾客的感觉器官            B. 发现并提出有针对性的问题
- C. 实事求是地介绍商品对顾客的益处            D. 情真意切，切忌虚伪、造作
28. 推销人员事先征得潜在顾客同意面谈的行动过程是（ ）。
- A. 寻找顾客            B. 推销洽谈            C. 约见            D. 处理顾客异议
29. 推销员说：“本产品的优惠期就剩两天了，两天后将恢复原价。”其采用的推销洽谈策略是（ ）。
- A. 以退为进            B. 耐心倾听，以理服人
- C. 事实说服法            D. 向顾客发出“最后通牒”
30. 下列不属于间接提示法应注意问题的是（ ）。
- A. 突出推销重点            B. 选准时机            C. 选准顾客            D. 语言含蓄、婉转
31. 推销人员在处理顾客购买决策权异议时的首要问题是（ ）。
- A. 请顾客试购产品            B. 辨别真假决策者
- C. 简明扼要，重点推销            D. 提示顾客以防不测
32. 顾客十分肯定地说：“这个商品确实不错!”这时，推销员应运用的成交策略是（ ）。
- A. 选择成交环境，排除成交干扰的策略
- B. 留有余地的成交策略
- C. 识别成交信号及时成交的策略
- D. 慎重对待成交异议，多次促成交易的策略
33. 适合订单量庞大的系统、二次分货作业形成的对批次总量拣货单稽核使拣货正确率提高的是（ ）。

- A. 批量拣货            B. 订单别拣货            C. 批次拣货            D. 车辆别拣货
34. 一种长度可变、连续型的字母数字、可携带大量信息的物流条形码是（ ）。
- A. 储运单元条码            B. 通用商品条码
- C. 贸易单元 128 码            D. EAN13 码
35. 位于沿海、内湖或河口的水运运输转运场所，既为船舶服务又为陆运工具服务的是（ ）。
- A. 码头            B. 港口            C. 海边仓库            D. 露天货场
36. 关于拣货流程的说法不正确的是（ ）。
- A. 拣货作业的主流程从收到订单开始
- B. 拣取包括拿取和确认两个动作
- C. 比较先进的确认方式是用 RFID 技术读取条形码信息进行确认
- D. 由于拣货方式的不同，拣取出来的货品需要依订单别进行分类与集中
37. 主要为特定客户服务，以配送为主、储存在为辅的是（ ）。
- A. 物流中心            B. 配送中心            C. 物流基地            D. 自动化立体仓库
38. 商品种类少、自动化程度低、订单无须分割或合并的拣货系统，大多数采用的拣货方式是（ ）。
- A. 批量拣取            B. 分区拣货            C. 订单别拣取            D. 分类拣取
39. 下列关于水路运输的说法不正确的是（ ）。
- A. 运输速度慢            B. 运输的准确性和安全性好
- C. 港口装卸成本高            D. 能够进行长距离、低运费的运输
40. 解决货物形态的多样性与运输工具式样的有限性之间的矛盾，属于物品包装作用中的（ ）。
- A. 保护货物            B. 便于处理            C. 促进购买            D. 促进销售
41. 不记名、不挂失、适用于小额支付领域的是（ ）。
- A. 贷记卡            B. 储蓄卡            C. 借记卡            D. 储值卡
42. 通过访问计数器，对主页访问人次和各主题访问人次分布规律的分析可以（ ）。
- A. 折射出消费者的需要和兴趣
- B. 了解本企业在市场中的地位 and 所占的比例
- C. 了解企业网络营销的效果
- D. 开展企业的信息系统的建设工作
43. 电子商务交易方式与传统交易方式相比较，下列说法错误的是（ ）。
- A. 电子商务交易方式费用更低
- B. 电子商务交易方式面对的是虚拟的商务环境而非实际环境
- C. 电子商务交易方式需要很多部门协调配合，因此中间环节更多
- D. 电子商务交易方式更加省时省力
44. 以下选项不属于在网络环境下消费者概念和行为发生变化的是（ ）。
- A. 消费者从大众中分离            B. 市场细分彻底化



- C. 消费者直接参与生产和商业流通                      D. 大范围的选择和理性的购买
45. 非金融机构发行的具有电子钱包性质的多用途卡种是（     ）。
- A. 储值卡                      B. 借记卡                      C. 准贷记卡                      D. 贷记卡
46. 从技术上看，整个信息系统的基础，也是定量分析工作的基础是（     ）。
- A. 菜单                      B. 数据库                      C. 导航器                      D. 电子公告板
47. 具备一对一的营销能力，符合定制营销和直复营销的未来趋势，这体现了网络营销的（     ）特点。
- A. 多媒体交互                      B. 无障碍沟通                      C. 柔性化营销                      D. 高技术支持
48. 企业最主要也是最重要的传播信息是指（     ）。
- A. 商品宣传信息    B. 服务支持信息
- C. 消费者反馈信息    D. 客户互动信息
49. 根据广告目标受众的特点，有针对性地投放广告，这是网络广告的（     ）优点。
- A. 受众关注度高    B. 能够进行完善统计
- C. 投放具有针对性    D. 价格优势
50. 用户可以在网上购物，也可以进行各种消费，这体现了支付网关的（     ）功能。
- A. 交易                      B. 交易异常处理                      C. 提供仲裁信息                      D. 提供多种报表

**卷二**（非选择题，共 100 分）

**二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）**

1. 企业在进行市场细分后，可以采用的目标市场模式有哪几种？
2. 选择目标市场策略应考虑的因素有哪些？

3. 简述出口信贷国家担保制的特点及实质。
4. 推销人员在顾客对产品产生兴趣但仍存疑虑时，向顾客提供了充分的证据和相关资料等来证实产品的可靠性。该推销人员激发顾客购买欲望的方法是什么？运用此方法的技巧有哪些？
5. 流通加工的类型有哪些？

6. 如何注册支付宝？

7. 支付网关的主要功能有哪些？

三、计算题（第 1 小题 10 分，第 2 小题 5 分，共 15 分）

1. 某厂生产 A 产品，投资 240 万元，产品单位成本为 6 元，年固定成本总额为 20 万元。
- （1）采用随行就市定价策略，产品市场价格为 10 元，若不亏本，每年最少销售量为多少件？
- （2）若其他条件不变，年产量同（1）的计算结果，要实现 10% 的年投资收益率，产品售价应为多少？

2. 某国以 2005 年为基准年，其进口价格指数均为 100%，到 2006 年，出口商品价格上涨 6%，进口商品价格下降 3%，计算并判断该国 2006 年对外贸易条件的情况（计算结果精确到 3 位）。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （11 分）近年来，宠物食品行业发展迅猛。瑞士 QC 公司作为全球最大的食品企业之一，也开始在全球范围内拓展其宠物食品业务。2005 年，QC 公司斥资 103 亿美元收购了普瑞纳宠物食品公司，一跃成为全球最大的宠物食品公司之一。从 2009 年起，QC 公司在中国各大城市冠名赞助宠物赛事，迅速使其宠物食品旗下的冠能、康多乐、喜跃、泰迪等几个品牌深入人心。
- 与此同时，北京 NT 宠物食品公司也推出了以“古方”为概念的优乐系列中草药处方宠物粮。“古方”在中国多应用于医药、养生、化妆品等领域，应用在宠物消费市场，优乐系列还是第一个品牌。优乐系列中草药处方宠物粮一上市就采用平均低于其他宠物粮产品 5% 的定价策略，迅速打开了市场。
- 根据以上内容回答下列问题。
- （1）QC 公司采取的是哪种产品组合策略？除此之外，还有哪些产品组合策略？
- （2）“古方”优乐系列宠物粮上市之初，北京 NT 公司应注意哪些问题？
- （3）在新产品上市初期，北京 NT 公司为了打开销路采取了哪一种形式的新产品定价策略？采取这种形式的新产品定价策略应具备什么前提条件？

2. (10 分) 资料一：关贸总协定在第一条第 1 款和第二条的减让表条款中做了如下规定：“一缔约国对来自或运往其他国家的产品所给予的利益、优待、特权或豁免，应当立即无条件地给予来自或运往所有缔约国的相同产品。”减让表条款规定：“一缔约国对其他缔约国贸易所给予的待遇，不得低于本协定这一缔约国的有关减让表中相关部分所列的待遇。”

资料二：自我国于 2001 年 12 月 11 日正式加入世贸组织以来，各方就纷纷表示，一定要认真研究世界贸易组织的各项规则，以便尽快适应和运用这些规则，为我国的经济发展服务。

根据以上内容回答下列问题。

- (1) 非歧视待遇原则是 GATT 最基本、最重要的原则，非歧视原则表现为哪两个方面？
- (2) 最惠国待遇条款的适用范围有大有小，最惠国待遇条款的适用范围是什么？
- (3) WTO 有什么特点？

3. (9 分) 小王是一位保险公司业务员。这天，他来到新建的居民小区挨家挨户拜访，“请问有人在吗？”小王一边敲门一边问。“谁呀？”“阿姨，您好，我是平安保险公司的业务员，耽搁您两分钟，有个调查表请您填一下……”

几天之后，他打电话到这位阿姨家里说：“您好，李阿姨，我是平安保险公司的小王。我今天正好有业务在您家附近办理，办完事后，我想顺便拜访您，您在家吗？”“我今天下午在家。”

下午，小王来到李阿姨家……“阿姨，这是我们公司专门为客户设计一种‘理财小帮手’记事本，送给您做个纪念。”……

不久之后，小王成功地签订了一份保险合同。

根据以上材料回答下列问题。

- (1) 小王采取了哪种寻找顾客的方法？
- (2) 小王采用的约见方式是哪种？这种约见方式的缺点是什么？
- (3) 小王使用的接近顾客的方法应注意什么问题？

4. (10 分) 美国百货连锁店 Target 在为发展中的芝加哥地区的市场服务而建立一个 9.3 万平方米的分销中心进行选址时，遇到了如下问题。Target 使用室内模型软件分析了由 55 个团体提供的成本和税务鼓励，其中包括诸多因素，如市场的接近度、运输成本、劳动力成本及其可用性。最初的分析将选址限于 3 个可能的地点，最后，选择了威斯康星州 Oconomowoc 的工业园。Target 完成了所有必要的法律程序来为 Oconomowoc 地址开工，并相信选址程序已经完成了。然而，此时一个称作“银湖环境协会”的非营利性环境组织在威斯康星州收集了许多庭审案例，要求进一步听证。该组织关心的问题集中于暴风雨的排水及其地表水的影响和雇员交通而引起的空气污染影响，以及根据现行的法令是否会在任何地方伤害到环境。当地律师团体就将问题直接指向选址程序。

根据以上材料回答以下问题。

- (1) 物流配送中心选址应该注意哪些方面？
- (2) 影响物流配送中心时间成本的因素有哪些？
- (3) 政策法规提供优惠和保障有哪些？

5. (10 分) 招商银行推出的电子货币——“一卡通”被同业誉为我国银行在个人理财方面的一个创举。

“一卡通”必须以真实姓名开户，具有安全、快捷、方便、灵活的特点。它的主要功能是一卡多户、通存通兑、约定转存、自动转存、自助转账、商户消费、自动柜员机提款、自动柜员机存款、查询服务、电话银行、手机银行、网上个人银行大众版、网上支付、银行转账、银基通、外汇买卖、自助贷款、自助缴费、代理业务、IP 电话及长话功能、神州行手机充值服务。

目前，“一卡通”已可在网上直接申领，已开通网上直接申领业务的地区有北京、广州、西安、武汉、上海、青岛、重庆、济南等地。另外，可在境内外通用的“一卡通”金卡也已开始发行。

请根据以上资料回答下列问题。

- (1) 银行卡的功能有哪些？
- (2) 电子商务网上支付系统应具备哪些功能？

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（十）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. 下列关于现代市场营销含义的理解不正确的是（ ）。
- A. 营销对象仅限于企业性质的单位
- B. 营销活动领域是生产、流通和消费各个方面
- C. 营销活动的主要内容是制定营销策略
- D. 企业可以不生产但不能不营销
2. 某家电企业在面对市场环境威胁时，实行多元化经营，其采用的对策是（ ）。
- A. 促进对策
- B. 减轻政策
- C. 转移政策
- D. 限制政策
3. 国家提出要“大力发展第三产业”，这是宏观市场营销环境中的（ ）。
- A. 政治法律环境
- B. 经济环境
- C. 人口因素
- D. 社会文化环境
4. 目标市场的家庭结构，这一细分变量属于（ ）细分标准。
- A. 地理环境
- B. 人口因素
- C. 心理因素
- D. 购买行为
5. “除斑、养颜、美白”，海南养生堂维生素 E 的这种定位属于（ ）。
- A. 用途定位
- B. 使用者定位
- C. 竞争定位
- D. 属性定位
6. 在产品成长期，为促进销售，应着重研究的消费者群体是（ ）。
- A. 创新采用者
- B. 早期采用者
- C. 早期大众
- D. 落后采用者
7. 下列不属于缩减产品线组合的是（ ）。
- A. 缩减产品线深度
- B. 增加产品线深度
- C. 缩减产品线相容度
- D. 缩减产品线宽度
8. 处于领导地位的大企业的定价目标是（ ）。
- A. 适应竞争
- B. 稳定价格
- C. 扩大市场
- D. 最高利润
9. 下列说法不正确的是（ ）。
- A. 投标定价法是由投标竞争的方式确定商品的价格
- B. 在产品或劳务的交易中，先由招标人发出招标公告，投标人竞争投标，密封定价
- C. 投标定价法是以成本作为定价依据的
- D. 投标定价法不适合家庭购买，适合政府大宗采购
10. 对于取脂定价策略，下列说法错误的是（ ）。

- A. 取脂定价是在新产品上市之初，将新产品价格定得较高，短期内获取厚利，减少投资风险
- B. 对于高档产品、奢侈品、专利产品，可采用取脂定价策略
- C. 取脂定价是一种追求长期利润最大化的定价策略
- D. 企业应重视产品质量，不能以次充好或者以高价销售假冒劣质产品
11. 企业资金薄弱，则必须依赖中间商进行销售和提供服务，只能选择（ ）。
- A. 零渠道
- B. 一级渠道
- C. 多级渠道
- D. 间接渠道
12. 制造商在某一地区通过选择 5 家实力雄厚的中间商分销其产品，这种分销策略是（ ）。
- A. 密集分销
- B. 选择分销
- C. 独家分销
- D. 区域分销
13. 戴伊可公司实行每年一次为期一周的休养周制度，由 20 名本公司高级管理人员和 20 名中间商的管理人员参加，以便通过交流研讨有关问题，加强联系，这属于（ ）。
- A. 直接激励
- B. 提供适销对路的优质产品
- C. 协助中间商进行人员培训
- D. 积极开展促销活动
14. 适宜于顾客比较集中的推销组织形式是（ ）。
- A. 复合结构式
- B. 顾客结构式
- C. 商品结构式
- D. 区域结构式
15. 某豆浆机生产厂商派人到某大商场，在消费者面前演示豆浆机的使用情况，这种促销手段是（ ）。
- A. 公共关系
- B. 广告
- C. 营业推广
- D. 人员推销
16. 一国以 1999 年为基准年，到 2000 年出口价格上涨了 8%，进口价格下降了 4%，该国 2000 年的贸易条件为（ ）。
- A. 2
- B. 0.5
- C. 1.12
- D. 0.89
17. 我国某公司与日本一家公司签订贸易合同，进口两台产于美国的心电图仪，货物自美国运至我国境内使用，这种贸易对日本来说属于（ ）。
- A. 直接贸易
- B. 间接贸易
- C. 转口贸易
- D. 过境贸易
18. 保护贸易政策的理论开始于（ ）。
- A. 重商主义
- B. 保护幼稚理论
- C. 自由竞争
- D. 20 世纪 80 年代
19. 下列不属于超保护贸易政策的特点的是（ ）。
- A. 保护一般的工业资产阶级的利益
- B. 保护的对象扩大了，目的变了
- C. 保护的措施多样化
- D. 保护转入进攻性
20. 提出“比较成本”理论的经济学家于 1817 年出版的著作是（ ）。
- A. 《国富论》
- B. 《就业、利息和货币通论》
- C. 《政治经济学及赋税原理》
- D. 《政治经济学的国民体系》
21. 关税是一种间接税是因为（ ）。
- A. 海关不直接对进出口商品征税
- B. 进出口商可以缓交关税
- C. 关税不直接作为财政收入
- D. 关税负担最后转嫁给消费者
22. 某国对某种进口商品征收 10%，另加每公吨 15 美元，从征税的方法看，这种税叫作



- ( )。
- A. 从量税                      B. 从价税                      C. 混合税                      D. 选择税
23. 自动出口配额多数属于 ( )。
- A. 非协定的自动出口配额                      B. 协定的自动出口配额
- C. 自主配额                      D. 协议配额
24. 关于外汇管制, 下列说法不正确的是 ( )。
- A. 是一种间接的非关税壁垒
- B. 属于从海关程序和对进口价实施上的非关税壁垒
- C. 形式主要有成本型、数量型和混合型
- D. 其目的是限制进口商品品种、数量和控制进口国别
25. 允许一缔约国在特殊情况下经过全体缔约方的允许, 而暂时或部分停止 GATT 规定的义务, 体现了 ( )。
- A. 非歧视原则                      B. 公平贸易原则
- C. 贸易争端的磋商调解原则                      D. 合理保障原则
26. 在处理顾客异议的基本方法中, 最大的好处是先发制人, 能有效地阻止顾客异议的是 ( )。
- A. 真诚倾听法                      B. 逐日核算法                      C. 优点补偿法                      D. 预防法
27. 对于虚荣心较强或自以为是、独断型的顾客, 最适合用 ( )。
- A. 好奇接近法                      B. 馈赠接近法                      C. 求教接近法                      D. 利益接近法
28. 当潜在目标顾客已经确定, 但没有其他方法接近时, 推销人员可以采用 ( )。
- A. 好奇接近法                      B. 搭讪与聊天接近法
- C. 求教接近法                      D. 利益接近法
29. 靳羽西为其化妆品推销拍摄的化妆系列讲座, 为其推销产生了重要作用, 这采用的推销洽谈方法是 ( )。
- A. 产品演示法                      B. 文字、图片演示法
- C. 证明演示法                      D. 音响、影视演示法
30. 推销品接近法最大的特点是 ( )。
- A. 是一种有效的接近陌生顾客的方法
- B. 适用于虚荣心比较强的顾客
- C. 让推销品作自我介绍, 用推销品魅力来吸引顾客
- D. 推销人员能够展现自己的魅力
31. 运用问题接近法的关键是 ( )。
- A. 刺激顾客的感觉器官                      B. 实事求是地介绍商品对顾客的益处
- C. 情真意切, 切忌虚伪、造作                      D. 发现并提出有针对性的问题
32. 从整个推销过程来看, ( ) 是个关键阶段。
- A. 推销接近                      B. 约见顾客                      C. 寻找顾客                      D. 推销洽谈
33. 以下说法错误的是 ( )。

- A. 码头是供船舶靠泊、装卸货物、上下旅客的设施
- B. 集装箱码头的主要设施有码头和系船浮筒
- C. 港口设备包括水面设施、港区交通设备、导航设施、装卸设备和库场设施等
- D. 航空港由飞行区、客货运输服务区和机务维修区组成
34. 根据 ( ), 叉车可以分为手动叉车、电动叉车和内燃机叉车。
- A. 特性                      B. 动力方式                      C. 功能                      D. 叉车外形
35. 属于 EAN 和 UCC 专用、是 ANCC 系统中用于表示附加信息的条形码是 ( )。
- A. EAN/UPC 条形码                      B. Code128 条形码
- C. ITF-14 条形码                      D. UCC/EAN-128 条形码
36. 适合密集频繁的订单, 且能应付紧急插单的系统的批量拣取分批原则是 ( )。
- A. 定量分批                      B. 智慧型分批                      C. 合计量分批                      D. 时窗分批
37. 在地理信息系统中, 计算机硬件系统部分不包括 ( )。
- A. 地理信息系统软件                      B. 主机                      C. 数据输入设备                      D. 数据存储设备
38. 易受天气影响、运输速度较慢的运输方式是 ( )。
- A. 铁路运输                      B. 公路运输                      C. 水路运输                      D. 航空运输
39. 用一辆车从一个供应商那里提取货物送到多个零售店时所经过的线路, 或者从多个供应商那里提取货物送至一个零售店时所经过的线路是 ( )。
- A. 利用送奶线路的直接运送                      B. 通过配送中心保存和运送
- C. 通过配送中心对接运送                      D. 通过配送中心利用送奶线路的运送
40. 某物流中心将一箱进口蛇果拆开, 每 6 个组成一个小包装, 然后在超市高价出售, 这种行为说明了 ( )。
- A. 流通加工便利了运输
- B. 流通加工是物流中心的重要利润源
- C. 流通加工完善了流通功能
- D. 流通加工在国民经济中也是重要的产业形态
41. 将商贸信息分类上网和组织查询的电子商务系统是 ( )。
- A. 支持交易前的系统                      B. 支持交易中的系统
- C. 支持交易后的系统                      D. B-to-C 电子商务系统
42. 当交易双方因某种原因发生争执时, 支付网关可以提供准确的信息查询, 以便正确处理纠纷, 这体现了支付网关的 ( )。
- A. 交易功能                      B. 交易异常处理功能
- C. 提供仲裁信息功能                      D. 提供查询处理功能
43. 下列关于网络广告的说法错误的是 ( )。
- A. 网络广告具有交互性和纵深性                      B. 网络广告拥有最有活力的消费群体
- C. 网络广告制作成本低                      D. 网络广告延长了媒体投放的进程
44. 不属于电子货币的功能的是 ( )。
- A. 结算功能                      B. 消费贷款                      C. 兑现功能                      D. 离线支付

45. 在网络条件下，消费概念和消费者行为都发生了变化，下面对此表述正确的是（ ）。
- A. 消费者不能直接参与生产                      B. 消费者能直接参与生产  
C. 消费者的选择范围不够宽广                      D. 消费者通常是指一般大众
46. 网络广告可以以图、文、声像的形式，传送多感官信息，让顾客身临其境般感受商品或服务，这所反映的网络广告的特点是（ ）。
- A. 最广阔的传播范围                      B. 很强的针对性  
C. 强烈的感染性                      D. 很强的交互性
47. 企业在 Internet 上为用户提供有关的技术说明、FAQS、软件错误修改等信息，这属于电子商务操作过程中的（ ）。
- A. 网上订购                      B. 网上支付                      C. 执行交易                      D. 服务与支持
48. 宜景家居有限公司将分布在全国各地的分公司与其内部网络连接起来，并将全国 30 多家经销商也纳入内部网，根据客户不同需求定制家具，这说明电子商务（ ）。
- A. 改变了企业的生产方式                      B. 给新行业的出现带来了机会  
C. 将带来一个全新的金融业                      D. 改变了货物的承运方式
49. 商务操作流程按照操作对象，可划分为事物流、物流、资金流和信息流，下列属于资金流业务的是（ ）。
- A. 恒通货运公司将商品送交客户  
B. 小丁利用网上银行支付货款  
C. 红星家电商行向海尔集团在线索取空调报价单  
D. 微软公司免费为其客户在线提供软件更新服务
50. 下列选项属于支持交易中的系统的是（ ）。
- A. 某网店的工作人员通过快递公司向客户发送商品  
B. 长安汽车公司在某网站上为其新款汽车做广告宣传  
C. 三星集团在其官网上发布新款手机的相关信息  
D. 小明通过阿里旺旺与淘宝卖家讨价还价

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 企业对渠道成员工作成果评估的标准有哪几项？

2. 由美国倡导的贸易自由化出现在什么时候？请说出其表现。
3. 广告创意的基本要求有哪些？
4. 顾客时间异议的处理措施有哪些？
5. 简述配送的特点。
6. 网上银行业务不仅仅是传统银行产品简单向网上的转移，其服务方式和内涵发生了一定的变化，而且由于信息技术的应用，产生了全新的业务内容，一般来说，网上银行的业务品种有哪些方面？

7. 高效的网络广告必须依赖于好的策划，做到让合适的网络广告展现在合适的对象面前。网络广告的策划可以根据企业的特点和实力确定费用预算，除些之外还必须策划哪些内容？

三、计算题（第 1 小题 10 分，第 2 小题 5 分，共 15 分）

1. 爱家集团决定生产一批玩具，基建与机器设备投资等固定成本总额为 380000 元，每个玩具售价 26 元，单位变动成本为 18 元。
- （1）生产该产品的盈亏平衡点产量是多少？
  - （2）盈亏平衡点的销售额是多少？
  - （3）实现 600000 元利润时的销售额是多少？
2. 一国海关对进口男式开司米羊绒衫（每磅价格在 18 美元以上者）征收混合税，每磅征收 0.375 美元的从量税，加征从价税 15.5%。该批货物总量为 10 万磅，每磅价格为 28 美元，试计算该批货物的从量税、从价税及混合税（计税货币单位均为美元）。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 50 分）

1. （11 分）北京地铁有家每日商场，每逢节假日都要举办“一元拍卖活动”，所有拍卖商品均以 1 元起价，报价每次增加 5 元，直至最后定夺。这种由每日商场举办的拍卖活动由于基价定得过低，最后的成交价就比市场价低得多，因此会使人们产生一种“卖得越多、赔得越多”的感觉。岂不知，该商场是以低廉的拍卖品活跃商场气氛，增大客流量，从而带动了整个商场的销售额上升。
- 根据以上案例回答下列问题。
- （1）这是哪种心理定价策略？除此之外还有哪几种方法？
  - （2）这种方法是利用了消费者的什么心理？
  - （3）采用这种方法应注意哪些问题？
2. （10 分）2008 年，美国次贷危机引起了世界新一轮的经济危机，世界经济下滑，失业率大浮上升，世界各国纷纷出台各种经济政策刺激经济增长。一些西方国家的经济政策中，规定政府只允许购买本国产品，优先雇佣本国工人，对外国产的大多数产品征收较高的消费税，增加对国产商品的保护，或者通过更加严格的技术标准或生态环境要求等措施限制外国商品进口。而有的国家则采取加大对出口企业的贷款扶持和财政优惠等措施。
- 根据以上材料回答下列问题。
- （1）目前一些西方发达国家的贸易政策类似于 20 世纪的什么贸易政策？
  - （2）该贸易政策有什么政策特点？
  - （3）案例中用到了哪些非关税壁垒？
  - （4）案例中用到了哪些鼓励出口措施？

3. (9 分) 推销员李明去一家商场推销一种包装简陋、售价为 32.80 元的黏性清洁器, 他向经理说明了来意, 对方明显兴趣不大。李明毫不在意。他一声不响地从提包里拿出事前准备的一包碎头发、一团白棉花和一小块地毯。经理及其办公室里的人们都好奇地看着他。李明看了大家一眼, 然后将碎头发洒在地毯上, 又把白棉花在地毯上搓了搓。接着, 李明对大家说: “我们的衣服上, 家里的布艺沙发上、地毯上常常会粘上灰尘、头发或宠物的毛发等, 这很难轻易的清除。即使用水清洗, 有时也很难办。别发愁! 大家看——” 说着, 李明拿起黏性清洁器在地毯上来回推了几下, 刚才还粘满碎头发和白毛毛的地毯一下子就干净了。再看黏性清洁器的表面, 粘满了原来地毯上的杂物。办公室里的人们都感叹清洁器的良好效果。他们有的拿过清洁器在地毯上试, 有的把清洁器拿在手里仔细端详。有的人却说道: “这么点儿玩意, 就要三十多元, 包装还这么差!” 李明没有正面回答, 而是说: “黏性清洁器是我们的专利产品。” 说着, 他把专利证书的复印件递了过去, 说: “这是我们的专利证书。乍一看我们这种清洁器, 三十多元好像是贵了点儿, 但它能反复清洗使用五千多次, 平均每次花费不到六分钱。每次只花六分钱, 就能给我们的生活带来这么大的方便, 您说贵吗? 我们还替顾客着想, 不让顾客花费太多, 所以使用了最简易的包装, 降低了价格。要不, 它就不会卖三十多元了, 而是四十多元、五十多元了。这种生活日用品以实用为主, 商品的包装能起到保护商品的作用就够了。顾客花 32.80 元购买我们的黏性清洁器, 是不付包装费的。” 办公室里的人们终于被李明说服了。商场订购了 500 只黏性清洁器。

根据以上资料回答下列问题。

- (1) 李明采用的是哪种推销模式? 此模式的步骤是什么?
- (2) 李明是采用什么方法说服顾客的? 此方法应注意哪些问题?

4. (10 分) 沃尔玛的配送中心运行完全实现了自动化。每个配送中心约 10 万平方米, 相当于 23 个足球场。中心的货物从牙膏、卫生纸、玩具到电视机、自行车等应有尽有。为了提高工作效率, 沃尔玛引进了电子标签辅助拣货系统。每种商品都有条形码, 由十几公里长的传送带传送商品, 激光扫描器和电脑追踪每件商品的储存位置及运送情况, 每天能处理约 20 万箱的货物配送。

配送中心的一端是装货月台, 可供 130 辆卡车同时装货; 另一端是卸货月台, 有 135 个车位。每个配送中心有 600~800 名员工 24 小时连续作业, 每天有 160 辆货车开进来卸货, 有 150 辆车装好货物开出。商品在配送中心停留的时间总计不超过 48 小时。配送中心每年处理数亿次商品, 99% 的订单正确无误。

沃尔玛公司为了更好地进行配送工作, 非常注意从自己企业的配送组织上加以完善。其

中一个重要的举措便是公司建立了自己的车队进行货物的配送, 以保持灵活性和为一线商店提供最好的服务。例如, 沃尔玛通常为每家分店的送货频率是每天一次, 而其竞争对手凯玛特是平均 5 天一次, 塔吉特是平均每 3 或 4 天一次; 沃尔玛的商店通过电脑向总部订货, 平均只要两天就可以到货, 如果急需, 则第二天即可到货, 这一速度同业中无人可及。这使沃尔玛享有相对于竞争对手的极大优势, 货架总能保持充盈, 并随时掌握到货时间, 其运输成本也总是低于竞争对手。

根据以上材料回答下列问题。

- (1) 沃尔玛配送中心可能采用哪种动线类型? 常见的其他类型是什么? 这些动线适用于哪些情况?
- (2) 电子标签辅助拣货系统有什么优点?

5. (10 分) 1994 年, Web 网页吸引了全球网虫的目光。时任 BankerTrust 公司最年轻副总裁的 Jeffrey Bezos 看到了在线商场的广阔发展前景。Bezos 当时提出了 20 种他认为适合于虚拟市场销售的商品, 最后, 在图书和音乐制品中, 他选择了图书。他为自己的公司起名 Amazon, 是希望它能够像亚马逊河一样永往直前。1995 年 7 月, Amazon 卖出了第一本书。作为一家虚拟商店, Amazon 每周 7 天, 每天 24 小时营业。顾客可以通过书名、作者、主题或关键词, 在 Amazon 的数据库中查找自己想要的书。顾客决定购买哪一本, 就可以在线填写一份订单, 指出要何种版本、包装方式、送货方式、付款方式等。Amazon 通知出版商或图书分销商将顾客购买的书送到 Amazon 在西雅图的库房, 包装好后发货。一般情况下, 顾客下订单以后 5 天内可以拿到书。现在, Amazon 的产品种类已经扩大至音像光盘、录像带、化妆品、宠物用品及杂货等, 并提供拍卖及问候卡片服务, 它正努力成为全球最大的网上零售商。

根据以上资料回答下列问题。

- (1) 按照交易对象的不同, 消费者到 Amazon 订购图书属于什么类型的电子商务?
- (2) 从案例中我们可以看出, 电子商务的发展降低了企业的成本, 提高了企业的经济效率。电子商务对社会和经济的影响表现在哪些方面?
- (3) 信息的共享对 Amazon 的成功起着至关重要的作用, 它主要体现在哪些方面?



山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

商品贸易专业试题（十一）

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

1. “酒香不怕巷子深”所体现的营销观念是（ ）。  
A. 产品观念                      B. 推销观念                      C. 生产观念                      D. 市场营销观念
2. 是企业营销活动的起点，也是营销活动的终点的是（ ）。  
A. 供应商                      B. 产品                      C. 顾客                      D. 公众
3. 国家实施西部大开发，鼓励有志青年到西部去创业，这是宏观营销环境中的（ ）。  
A. 经济环境                      B. 政治法律环境                      C. 人口因素                      D. 自然环境
4. 企业的目标市场集中于一个细分市场，只生产一种产品，只供应一个顾客群，企业占领目标市场的方式是（ ）。  
A. 单一市场集中化                      B. 产品专业化                      C. 市场专业化                      D. 选择性专业化
5. 无差异性目标市场策略主要适用于（ ）。  
A. 企业实力较弱                      B. 产品性质相似                      C. 市场竞争者多                      D. 消费需求复杂
6. 海尔公司推出一种新产品：根据用户条件和要求提供一种满意方案，然后一天内按方案设计标准将用户所需的各种电器装扮齐全。下列说法不正确的是（ ）。  
A. 新产品是各种电器                      B. 该产品的实现以现代化物流配送为基础  
C. 产品核心是为用户提供一种服务                      D. 体现了以顾客为中心的指导思想
7. 丰田公司不仅生产汽车，还生产预制房屋，经营房地产业务，该公司采用的是（ ）。  
A. 扩大产品组合                      B. 缩减产品组合                      C. 产品线延伸                      D. 产品线现代化
8. 非整数定价一般适用于（ ）的产品。  
A. 高档                      B. 价值较低                      C. 奢侈                      D. 价值较高
9. 下列说法不正确的是（ ）。  
A. 成本加成定价法适合于销售量和单位成本相对稳定、供求矛盾不甚突出的产品  
B. 成本加成定价法的关键是加成率的确定  
C. 目标利润定价法对市场的适应能力较差，定价方法不灵活  
D. 制造商、中间商，建筑业、科研部门和农业部门经常采用成本加成定价法
10. 某纺织厂新推出一种高档面料，该产品质量上乘，工艺复杂，竞争者短期内不易打入该产品市场，产品经试销后很受职业妇女的喜爱，对此产品定价比较适宜的是（ ）。

- A. 通行价格                      B. 差别定价                      C. 低价                      D. 高价
11. 企业不通过流通领域的中间环节，采用产销合一的经营方式，这属于（ ）。  
A. 直接渠道                      B. 间接渠道                      C. 宽渠道                      D. 窄渠道
12. 在渠道宽度中，（ ）经常出现的弊病是市场覆盖面小，顾客接触率低。  
A. 独家分销                      B. 直接销售                      C. 选择性分销                      D. 密集分销
13. 施奎亚·D 公司是生产断路器和配电盘的厂商，要求其销售代表每月用一天时间与分销商一起站柜台，以便了解分销商的经营情况，这属于（ ）。  
A. 直接激励                      B. 间接激励  
C. 提供适销对路的优质产品                      D. 积极开展促销活动
14. 安踏体育用品赞助 2012 年伦敦世博会，这属于（ ）。  
A. 人员推销                      B. 广告                      C. 公共关系                      D. 营业推广
15. 某企业推销某种专业技术产品，准备使用广告宣传的方式，最适合的广告媒体是（ ）。  
A. 电视                      B. 广播                      C. 报纸杂志                      D. 户外
16. 国际贸易按统计标准可分为（ ）。  
A. 直接贸易和间接贸易                      B. 有形贸易和无形贸易  
C. 自由结汇贸易和易货贸易                      D. 总贸易和专门贸易
17. 真正能够反映一国对外贸易实际规模的指标是（ ）。  
A. 对外贸易量                      B. 对外贸易额                      C. 对外贸易值                      D. 外贸依存度
18. M 国进口以初级产品为主，出口以工业制成品为主，N 国正好相反，这说明（ ）。  
A. M 国经济发展水平高                      B. N 国经济发展水平高  
C. M 国经济发展水平不如 N 国                      D. M 国经济发展水平和 N 国一样
19. 被认为是重商主义的“圣经”的是（ ）。  
A. 《对我国同胞某些控诉的评述》                      B. 《英国得自对外贸易的财富》  
C. 《国富论》                      D. 《就业、利息和货币通论》
20. 普雷维什认为（ ）的贸易条件具有长期恶化的趋势。  
A. 初级产品                      B. 制成品                      C. 农业品                      D. 工业品
21. 适用于与该国签订有最惠国待遇条款的贸易协定的国家或地区所进口的商品而征收的关税是（ ）。  
A. 普通税                      B. 最惠国税                      C. 特惠税                      D. 进口附加税
22. 只对某个国家或地区进口的全部商品或部分商品，给予特别优惠的低税或免税待遇称为（ ）。  
A. 差价税                      B. 特惠税                      C. 普惠税                      D. 进口附加税
23. 某国为了促进出口，使国内劳动者工资过分地低于国外，该国采取的是（ ）。  
A. 社会倾销                      B. 外汇分红                      C. 出口补贴                      D. 商品倾销
24. 关于最惠国待遇原则，下列说法错误的是（ ）。  
A. 缔约国一方现在和将来所给予任何第三国的优惠和豁免，必须同样给予对方  
B. 适用范围通常包括外国公民的私人经济权利

- C. 按照有无条件，分为有条件和无条件两种  
D. 在贸易条约中，一般规定有不适用最惠国待遇的例外情况
25. GATT 最重要、最基本的原则是（ ）。
- A. 合理保障原则      B. 关税保护原则      C. 非歧视原则      D. 互惠原则
26. 关于推销要素，下列说法错误的是（ ）。
- A. 推销品主要包括商品、服务和观念  
B. 推销人员和推销对象都是接受推销的主体  
C. 推销对象不一定是最终消费者或使用者  
D. 推销人员是实现商品推销活动的关键
27. “伊利乳业的奶源全部来自伊利牧场……”该推销人员向顾客传递的商品信息是（ ）。
- A. 一般信息      B. 差别优势      C. 发展信息      D. 经营信息
28. AIDA 模式一般适用于（ ）。
- A. 主动上门顾客的推销      B. 单位购买的推销  
C. 生活用品的上门推销      D. 熟悉的中间商的推销
29. 埃德帕模式的第四步是（ ）。
- A. 淘汰不合适的产品      B. 证实推销品符合顾客的需求和愿望  
C. 证实顾客的选择正确      D. 把推销品与顾客的需求和愿望结合起来
30. 下列推销人员服务于厂商或批发商、直接面对最终消费者的是（ ）。
- A. 零售企业推销人员      B. 批发企业推销人员  
C. 生产企业推销人员      D. 职业推销人员
31. （ ）是推销人员最基本的职责，也是推销工作的核心职责。
- A. 搜集市场信息      B. 销售商品      C. 提供服务      D. 树立形象
32. 下列推销人员在寻找顾客过程中，采用现有顾客挖潜法的是（ ）。
- A. 推销员小王在向自己的老顾客推销产品后，又请他介绍朋友、同事购买  
B. 推销员小于请居委会主任帮助自己推荐节能燃气灶  
C. 推销员小张拜访居民楼挨家挨户推销产品  
D. 推销员小李向顾客推销完剃须刀后又继续向此顾客推销刀片
33. 企业的配送中心在进行分货、配货、送货过程中所发生的各项费用的总和称为（ ）。
- A. 可控成本      B. 仓储成本      C. 配送成本      D. 固定成本
34. RF 系统的硬件主要是由（ ）组成的。
- A. 无线数据采集器、无线网关、服务器      B. 无线指纹采集器、无线网关、服务器  
C. 计算机、网络支持设备、网线      D. 服务器、网络支持设备、网线
35. 某物流中心为了缩短拣货行走的距离，提高工作效率，收到订单后将其汇集，由计算机进行集中路线处理，进行订单分批，这属于（ ）。
- A. 定量分批      B. 智慧型分批      C. 合计量分批      D. 时窗分批
36. 当一张订单的商品类目较多时，可将订单分割成若干个子订单，交给不同的拣货员同时进行拣货作业的拣货策略是（ ）。

- A. 订单别拣取策略      B. 批量拣取策略      C. 分区拣取策略      D. 订单分割拣取策略
37. 集合了整个一辆车所要配送的所有客户的要货信息的单据是（ ）。
- A. 送货单      B. 派车单      C. 返品明细单      D. 出库单
38. 如果供应链上的供应商或者零售店在空间上非常接近，那么（ ）就可以显著地降低成本。
- A. 直接运输网络      B. 利用送奶线路的直接运送  
C. 所有货物通过配送中心的保存和运送      D. 所有货物通过配送中心的对接运送
39. 从业种来看，批发业和零售业重视（ ）的影响。
- A. 运量方面      B. 运距方面      C. 时间方面      D. 运输价格方面
40. 以下属于流通加工作业的是（ ）。
- A. 水泥车搅拌      B. 将肉类加工成熟食品进行出售  
C. 产品有瑕疵返厂加工      D. 将鱼类制作成鱼罐头进行出售
41. 小李从京东商城买了一双运动鞋，该类电子商务是（ ）。
- A. B-to-G 电子商务      B. B-to-C 电子商务  
C. B-to-B 电子商务      D. C-to-G 电子商务
42. 货物的承运属于（ ）。
- A. 支持交易前的系统      B. 支持交易中的系统  
C. 支持交易后的系统      D. B-to-C 电子商务系统
43. 从淘宝网上进行话费充值，按照商业活动的运作方式分类，属于（ ）。
- A. 完全电子商务      B. 非完全电子商务      C. 本地电子商务      D. 电子政务
44. 下列关于第三方支付特点的说法错误的是（ ）。
- A. 有助于打破银行卡壁垒      B. 帮助银行节省网关开发费用  
C. 没有仲裁作用      D. 为商家提供增值服务
45. 成本定价策略中，对价格起主导作用的是（ ）。
- A. 消费者      B. 生产者      C. 中间商      D. 市场
46. 关于存款利用型电子货币，下列说法错误的是（ ）。
- A. 这类电子化支付方式的普及使用能减少消费者往返于银行的费用  
B. 可加快货币的流通速度  
C. 电子支票属于这种类型的电子货币  
D. 致使现金需求金额增加
47. 人们主动上网搜寻所需要的信息，被称为（ ）。
- A. 推的过程      B. 拉的过程  
C. 推拉互动的过程      D. 进的过程
48. 下列关于电子商务方式的说法错误的是（ ）。
- A. 从交易活动过程看，电子商务可以实现多个卖家的查询  
B. 从交易环节看，电子商务不需要中间商  
C. 从交易费用看，电子商务已经不只局限于大企业或大公司使用，中小企业也可以使用

- D. 从交易环境看，电子商务买卖双方将面对面进行磋商、讨价还价等
49. 在电子商务的不同阶段，电子商务系统在业务处理上也有较大差别，下列选项属于支持交易后的电子商务系统的是（     ）。
- A. 小刘从网上查询企业招聘岗位
- B. 利民公司通过网络与客户洽谈业务
- C. 诺基亚公司在其网站上介绍新推出的一款手机
- D. 瑞星公司将其销售的杀毒软件通过电子邮件发给用户
50. 持卡人须先按发卡银行要求交存一定金额的备用金，当备用金账户余额不足支付时，可在发卡银行规定的信用额度内透支的是（     ）。
- A. 借记卡                B. 贷记卡                C. 准贷记卡                D. 储值卡

**卷二**（非选择题，共 100 分）

**二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）**

1. 企业在新产品上市之初把价格定得很低，以便迅速和深入地进入市场，这种定价策略是什么？这样定价的前提条件是什么？
2. 普惠制是指西方发达国家给予发展中国家或地区的低税待遇，它的原则和目的是什么？

3. 从产品因素角度分析，影响分销渠道选择的因素有哪些？
4. 简述推销接近方案的主要内容。
5. 按配送时间及数量的不同，配送可以分为哪几种类型？

6. 在网络环境下，商家必须在 Internet 上进行自己的商务宣传推广，如果让你为某网站进行业务推广，你会选择哪几个推广的途径？在网络环境下，企业需要传播的信息有哪些？

7. 常见的网上支付方式有哪些？

三、计算题（每小题 6 分，共 12 分）

1. 某企业投资 20 万元生产文具套装，单位变动成本为 40 元，固定成本总额为 10 万元，计划年销售量为 5000 套。
- （1）计算保本价格。
- （2）企业欲获得 20% 的投资利润，售价应为多少？此时的产品成本加成率是多少？

2. 以 2013 年为基准年，甲国 2013 年的出口价格指数为 100%，出口贸易量为 320 亿美元；到 2014 年，甲国的出口价格指数下降了 3%，出口额为 388 亿美元。判断甲国 2014 年相对于 2013 年出口贸易的实际规模变动幅度。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 53 分）

1. （14 分）外国首脑来访，接待国一般都要赠送礼品。1980 年年初，当时的美国总统布什准备携夫人巴巴拉访问中国。布什在中美建交以前，曾任美国驻中国联络处主任。美国大使馆为配合布什访华，印发一本名为《布什在中国》的小册子。一天，新华社天津分社的几名记者在翻看这本小册子的时候，发现布什夫妇喜欢自行车。于是，他们向生产飞鸽牌自行车的天津自行车厂和国家有关方面建议，赠送布什夫妇俩自行车。
- 布什到达以后，我国政府领导人举行赠车仪式，把一辆男式和一辆女式飞鸽牌自行车赠送给布什夫妇，每辆车的后座上还都有一个民族风格的背包。布什夫妇一见，立即喜形于色。对此情景，国内外 130 多家新闻单位进行了报道。布什回国后，还把飞鸽牌自行车骑上白宫草坪，美国新闻媒体又做了报道。
- 不久，一些国外客商专程到天津自行车厂看样订货，法国一家客商一下子订了 3 万辆，国内一些商场也应顾客要求，特别订购“巴巴拉女车”。这项活动给自行车厂带来了荣誉和效益，也为企业提高产品质量带来压力和动力。
- 根据以上内容回答下列问题。
- （1）本案例中天津自行车厂采取了什么促销方式？
- （2）这种促销方式的优点和缺点各是什么？
- （3）这种促销方式的基本特征是什么？

2. （10 分）20 世纪 70 年代中期后，资本主义经济增长缓慢，失业增加，主要的工业发达国家对外贸易发展不平衡，贸易逆差严重。为了减少贸易逆差，各国政府在加强非关税壁垒限制进口的同时，还设法从经济上和组织上鼓励本国产品出口。例如，在经济方面，采取出口信贷、出口信贷国家担保制和出口补贴等措施；在行政组织方面，采取社会倾销，设立专门组织和院外活动等措施。即便如此，发达国家的经济增长依然未能走出低迷。
- 根据以上内容回答下列问题。
- （1）发达国家在这段时间采取了哪种贸易保护政策？
- （2）该政策的特点有哪些？
- （3）为了扩大出口，许多国家在行政组织方面采取了各种措施，除案例中提到的措施外还有哪些？



3. (9 分) 推销员：谢谢你，小丁，还是老校友，这么支持我的工作！有时间请你吃饭。对了，你在这个行业里这么有名，再给我介绍几个客户吧！

顾客小丁：没问题！胜利面粉厂最近更新设备，你先到他那里看看。这是李厂长的名片。

推销员：太谢谢你了！你还能告诉我李厂长及其面粉厂的一些其他情况吗？

顾客小丁：……

推销员告别了顾客小丁，并对李厂长的相关情况进行进一步整理，建立了完整的顾客档案，然后前往胜利面粉厂，于是成功地完成了交易。

根据上述材料回答下列问题。

(1) 推销员使用什么方法找到了顾客小丁？使用这种方法的优点是什么？

(2) 推销员使用什么方法找到了李厂长？推销员使用这种方法往往会遇到哪些心理问题？

4. (10 分) 海尔物流运用已有的配送网络与资源，并借助信息系统，积极拓展社会化分拨物流业务，目前已经成为日本美宝集团、AFP 集团、乐百氏的物流代理，与 ABB 公司、雀巢公司的业务也在顺利开展。同时，海尔物流充分借力，与中国邮政强强联合，使配送网络更加健全，为新经济时代快速满足用户的需求提供了保障，实现了零距离服务。海尔物流通过积极开展第三方配送，使物流成为新经济时代下集团发展新的核心竞争力。

根据以上资料回答下列问题。

第三方物流价值理论有哪些？

5. (10 分) 新华网上海 2003 年 6 月 7 日电：“非典”时期，在“接触性经济”遭遇严寒之际，以跨越时空、不正面接触为特点的电子商务赢得了商机。在上海，企业和商家纷纷借助信息技术和网络平台，改变服务和交易方式，网上购物、网上交易数量激增，沉寂多时的电子商务迅速升温。上海市电子商务协会最新统计显示，“非典”时期，上海生产资料网上交易量平均上升 50%，生活资料网上交易量上升 100%，个人之间的网上交易量平均上升 30%。譬如，“东方钢铁在线”，2 月份网上交易额为 700 吨，3 月份增加到 6000 吨，4 月 21 日到 25 日 5 天就达 5000 吨。“爱姆意在线”、“易购 365”、“联华 OK”的网上订购量也比去年同期翻了一番，送货人员增加了 80%。

根据上述案例回答下列问题。

(1) 电子商务会给社会和经济带来哪些影响？

(2) 目前电子商务发展的过程中，网络营销有哪些特点？

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试

## 商品贸易专业试题 (十二)

本试卷分卷一（选择题）和卷二（非选择题）两部分，满分 200 分，考试时间 120 分钟。考试结束后，请将本试卷和答题卡一并交回。

## 卷一（选择题，共100分）

一、选择题（本大题共 50 个小题，每小题 2 分，共 100 分。在每小题列出的 4 个选项中，只有一项符合题目要求，请将符合题目要求的选项字母代号选出，填涂在答题卡上）

- 前两年，我国大蒜市场被少数几个企业垄断了大部分份额，大部分销售者占有小部分市场，这种市场称为（ ）。  
A. 完全竞争市场  
B. 完全垄断市场  
C. 寡头垄断市场  
D. 不完全竞争市场
- 下列说法正确的是（ ）。  
A. 绿色营销是企业参与市场竞争的有力武器  
B. 推销观念的形成是企业营销观念的一次质的飞跃或革命  
C. 市场营销的范围是流通领域和消费领域  
D. 生产观念和推销观念在本质上是不同的
- 经济发展水平、地区与行业的发展状况、居民收入水平、消费支出模式和消费结构属于（ ）。  
A. 人口因素  
B. 科技环境  
C. 自然环境  
D. 经济环境
- 对市场机会的分析认为，企业最好的市场机会是（ ）。  
A. 潜在吸引力大的机会  
B. 成功可能性大的机会  
C. 潜在吸引力大，成功可能性小  
D. 潜在吸引力大，成功可能性也大
- 若强大的竞争对手采用的是无差异性市场策略，企业要想打进市场，一般应采用的策略是（ ）。  
A. 无差异  
B. 集中性  
C. 差异性  
D. 差异性或集中性
- 在“彩电大战”、“空调大战”如火如荼的同时，海尔始终坚持“优质高价”战略，海尔采取的的市场定位是（ ）。  
A. 产品属性和利益定位  
B. 档次定位  
C. 产品用途定位  
D. 使用者定位
- 同仁堂药材的采购员开始先高价少量收购，引起供给在短时间内大量增加，从而引起价格大幅度下降，此时再大量购进，这一影响价格的因素是（ ）。  
A. 竞争  
B. 产品形象  
C. 成本  
D. 供求关系
- 利用人们的好奇心理，通过一只打火机 3000 元的高价吸引顾客，来带动 3 元一只的打火

机销售，这种定价策略是（ ）。

- A. 声望定价                  B. 习惯定价                  C. 整数定价                  D. 招徕定价
9. 针对性强、制作精良、能长期保存的媒体是（     ）。  
A. 报纸                      B. 杂志                      C. 广播                      D. 电视
10. 关键是引起顾客积极反应，激发顾客购买欲望，这种人员推销策略是（     ）。  
A. 试探性策略              B. 针对性策略              C. 诱导性策略              D. 配方—成交策略
11. 许多耐用消费品和选购品的生产企业所使用的渠道模式是（     ）。  
A. 生产者→零售商→消费者  
B. 生产者→批发商→零售商→消费者  
C. 生产者→代理商→零售商→消费者  
D. 生产者→代理商→批发商→零售商→消费者
12. 中间商为了获取更多的利益，必然要争取更多的市场份额，在目标市场上展开“圈地运动”，这种冲突属于（     ）。  
A. 水平渠道冲突          B. 垂直渠道冲突          C. 不同渠道冲突          D. 多渠道冲突
13. 按新顾客和老顾客安排不同的推销人员，这种推销的组织结构是（     ）。  
A. 区域式结构              B. 商品式结构              C. 顾客式结构              D. 复合式结构
14. 年终分红属于对（     ）的营业推广。  
A. 供给者                  B. 消费者                  C. 中间商                  D. 推销人员
15. 下列不属于公共关系的基本特征的是（     ）。  
A. 以社会公众为对象                  B. 以广告宣传为手段  
C. 以树立形象为目标                  D. 以互利互惠为原则
16. 一国在一定时期内的出口商品价格指数与进口商品价格指数的比率是（     ）。  
A. 出口价格指数          B. 进口价格指数          C. 国际贸易条件          D. 贸易差额
17. 自由贸易政策理论起源于（     ）。  
A. 英国的重商工业                      B. 英国的重农主义  
C. 法国的重商主义                      D. 法国的重农主义
18. 美国对薄荷脑进口征收的普通税率为每磅 50 美分，最惠国税率为每磅 17 美分，这种税是（     ）。  
A. 从量税                  B. 从价税                  C. 混合税                  D. 选择税
19. 一国征收进口附加税是（     ）。  
A. 普遍采用的措施                      B. 经常性的措施  
C. 特定的临时性措施                      D. 正常措施
20. 以下非关税壁垒措施不属于直接非关税壁垒措施的是（     ）。  
A. 进口押金制                      B. 进口配额制  
C. 进口许可证制                      D. 自动出口配额制
21. 法国禁止含有葡萄糖果汁的进口，这种限制是（     ）。  
A. 技术标准                  B. 卫生检疫规定                  C. 商品包装                  D. 标签规定

22. ( ) 规定进出口商必须履行一定的出口义务方可获得一定的输入权利, 或获得一定的进口权利的进出口商必须承担一定的出口义务。
- A. 外汇分红制      B. 复汇率制      C. 进出口连锁制      D. 出口奖励证制
23. 商品倾销的目的是 ( )。
- A. 提高商品在国外市场上的价格      B. 降低商品在国外市场上的价格
- C. 打击竞争手占领国外市场      D. 促进销售
24. 目前的国际贸易条约和协定一般都适用 ( )。
- A. 有条件最惠国待遇      B. 普惠制条款
- C. 无条件最惠国待遇      D. 公平待遇
25. 为了防止缔约国由于意外的、不正常的原因使国内市场受到冲击而利益受损, GATT 设立了 ( )。
- A. 非歧视原则      B. 公平贸易原则
- C. 贸易争端的磋商调解原则      D. 合理保障原则
26. ( ) 紧紧抓住了顾客需求这个关键性的环节, 使推销工作更能有的放矢, 因而具有较强的针对性。
- A. 爱达模式      B. 迪伯达模式      C. 埃德帕模式      D. 蒙顿模式
27. 以下不属于推销人员使用求教接近法应注意事项的是 ( )。
- A. 求教顾客时态度要诚恳, 语言要谦虚, 少说多听
- B. 一般要赞美, 寒暄, 再求教, 推销
- C. 认真分析顾客讲话内容, 从中发现推销的切入点
- D. 寻找合适的时机
28. 推销人员常备的推销洽谈的策略不包括 ( )。
- A. 推销自己, 赢得顾客的好感和信任
- B. 推销产品功能, 以顾客关心的利益诱导顾客
- C. 以退为进
- D. 简明扼要, 重点推销
29. ( ) 适用于顾客经过推销人员的推销, 已激起了较高的购买欲望, 但可能还因某一问题阻碍成交的情况。
- A. 以退为进法      B. 事实说服法      C. 登门槛术      D. 以情感人法
30. “对不起, 我们公司刚刚与海蓝公司签了购货合同。” 针对顾客提出的异议, 推销人员不宜采取的处理措施是 ( )。
- A. 锲而不舍, 以礼相待, 适时推销      B. 运用比较法引起顾客的兴趣
- C. 引导顾客注重考虑商品的价值      D. 提示顾客以备不测
31. 下列对推销模式叙述错误的是 ( )。
- A. 爱达模式适用于店堂推销
- B. 迪伯达模式的证实是对推销人员自己的介绍说明进行证实
- C. 迪伯达模式是埃德帕模式的简化形式

- D. 埃德帕模式的证实是要证实顾客的选择是正确的
32. 假定成交法的力量来自于 ( )。
- A. 企业形象      B. 推销人员的自信心
- C. 企业管理人员的自信心      D. 产品的质量与品牌
33. 以下说法正确的是 ( )。
- A. 物流科学是只研究物流过程规律性的科学
- B. 物流技术只采用了社会科学方面的理论
- C. 物流科学研究如何对物流过程中的有限资源进行计划、组织、协调和控制, 以期达到最佳效果
- D. 物流科学具有系统科学的特征, 属于理论科学的范畴
34. 对货品进行分装、组合包装、贴标签等流通加工作业的作业区域是 ( )。
- A. 出货月台      B. 出货暂存区      C. 流通加工区      D. 拆零区
35. 适用于配送中心少量多样的拣货作业及其门店配送的是 ( )。
- A. 手动托盘搬运车      B. 电动托盘搬运车
- C. 叉车      D. 笼车
36. 下列不是订单别拣取推广的拣货策略是 ( )。
- A. 分类拣取      B. 分区拣取      C. 接力拣取      D. 订单分割拣取
37. 当顾客需要对货物的状态进行查询时, 只要输入货物的发票号码, 马上就可以知道此货物状态的信息, 查询作业简便迅速, 信息及时准确, 这体现了 GPS 的 ( ) 作用。
- A. 订单内容复核      B. 货物跟踪      C. 客服管理      D. 运输管理
38. 一般低成本是由低成本要素和规模经济型而创造的, 第三方物流服务为客户提供经济或财务相关的利益, 这项由第三方物流带来的利益被称为 ( )。
- A. 作业利益      B. 管理利益      C. 战略利益      D. 经济利益
39. 在贴标签的作业流程中, 第四步为 ( )。
- A. 封箱      B. 贴标
- C. 切开纸箱      D. 放回托盘 ( 或笼车上)
40. 下列关于流通加工说法不正确的是 ( )。
- A. 它是一种可选择性的附带服务作业
- B. 它实现桥梁和纽带的作用
- C. 对推动国民经济发展、完美产业结构具有一定意义
- D. 目的在于创造商品的价值, 完善食品的使用价值
41. 以下电子商务的分类属于 B-to-B 模式的是 ( )。
- A. 社会福利基金的发放
- B. 中国石化通过电子商务向供应商购买原材料
- C. 小王从当当网上买了本书
- D. 企业各种手续的报批
42. 下列关于支付网关的说法错误的是 ( )。

- A. 是银行专用网络与 Internet 之间的接口
  - B. 能确认交易各方身份及保证交易的不可否认
  - C. 功能主要是将 Internet 传来的数据包解密，按银行的通信协议重新打包，再将数据转换为 Internet 传送的数据格式，并对其加密
  - D. 主要作用是保护银行内部网络的安全
43. 下列不属于电子货币功能的是（ ）。
- A. 代替现金，直接用于消费
  - B. 可以存款、取款
  - C. 消费贷款
  - D. 个人理财助理
44. 网络营销的一个重要变迁是市场性质的变化，其中不包括（ ）。
- A. 营销全球化、实务操作无纸化和支付过程的无现金化
  - B. 市场的多样化、个性化和时代化
  - C. 市场细分的彻底化
  - D. 生产厂商和消费者的直接网上交易
45. 在经济视角的电子商务总体框架中，不是上层活动顺利实现的基础和支持条件的是（ ）。
- A. 宏观政策法规
  - B. 技术支持
  - C. 配送体系
  - D. 标准化建设
46. 某地方政府通过 Internet 发布办公用品采购清单，甲公司遂以电子化方式回应，这属于（ ）。
- A. B-to-G 电子商务
  - B. B-to-C 电子商务
  - C. G-to-G 电子商务
  - D. C-to-G 电子商务
47. Internet 商务系统的完整性体现为（ ）。
- A. 保证数据不以非正当的方式被泄露
  - B. 保证数据不受到讹误和未经授权改动的侵害
  - C. 确认交易双方的有效身份
  - D. 确认订货及订货收据信息
48. 下列属于“预先付款”支付系统的是（ ）。
- A. 信用卡支付系统
  - B. 电子转账支付系统
  - C. 电子现金支付系统
  - D. 信用担保支付系统
49. 对满足需要定价过程表示正确的是（ ）。
- A. 产品及功能设计→生产成本+生产利润+商业利润→产品价格
  - B. 产品及功能设计→生产成本+生产利润+商业利润+品牌系数→产品价格
  - C. 消费者需求→生产与商业成本→产品功能→市场可以接受的性能价格比
  - D. 消费者需求→产品功能→生产与商业成本→市场可以接受的性能价格比
50. 下列选项不是按电子交易范围分类的是（ ）。
- A. 本地电子商务
  - B. 全球电子商务
  - C. 远程国内电子商务
  - D. 完全电子商务

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题（每小题 5 分，共 35 分）

1. 企业在进行市场细分后，可以采用的目标市场模式有哪几种？
2. 典型的产品生命周期包括四个阶段，产品进入成熟期后主要有哪些特点？
3. 晚期重商主义时期，为了鼓励出口，西欧各国在这一时期采取了哪些措施？
4. 推销人员面对顾客怀疑的眼神，说：“您知道二楼的居委会林阿姨吧？她一次就买去了两套这种红外线保暖内衣，和老伴一人一套，保暖效果特别好。”其采用的处理顾客异议的方法是什么？运用此方法要注意哪些问题？



5. 简述拣货流程。

6. 电子商务是一种全新的商务模式，对传统支付结算模式的打击很大。电子商务网上支付系统的功能有哪些？

7. 支付网关的主要功能有哪些？

三、计算题（第 1 小题 7 分，第 2 小题 5 分，共 12 分）

1. 高乐公司生产一批产品，每个售价为 25 元，单位变动成本为 15 元，实现收支平衡时的销售额为 80 万元，若该公司要实现 8 万元的利润，此时的销售额应为多少？

2. 假定某国对进口彩色电视机征收 10% 的从价税，在自由贸易条件下，该品牌电视机的价格为 3500 元，其中投入的原材料价格为 2100 元，试计算原材料免税时的有效保护率。

四、综合分析题（本大题共 5 个小题，共 53 分）

1.（14 分）2000 年，乔布斯聘用了罗恩·约翰逊来建立苹果公司的苹果零售店。约翰逊说：“大多数人并不了解苹果产品，他们认为苹果是一个异类。如果你想要转变形象，从异类变成炫酷有趣，那么建立一个能给人们提供使用空间的商店很有帮助。”商店风格也将沿袭苹果产品的特点：有趣、简单、时髦、有创意，在时尚和令人生畏之间把握得恰到好处。2001 年 5 月 19 日，第一家苹果零售店开业了，印着“非同凡响”广告语的巨幅海报悬挂在店内。

乔布斯非常重视苹果公司的广告设计和广告媒体的选择，在每次新产品发布会举行以前，他都会邀请一家杂志参与发布会的预演，美国《时代》杂志就参加了 2007 年的 iPhone 在旧金山的发布会。报纸也经常被乔布斯用来作为宣传产品的工具，他还总是亲自参与广告短片的制作，他要求做出的广告要新颖而与众不同

根据以上内容回答下列问题。

（1）苹果零售店只是苹果公司分销渠道中的一种，试从产品因素角度和市场因素角度分析影响分销渠道选择的因素。

（2）苹果公司的广告宣传选择了杂志、报纸、电视等媒体，选择广告媒体时应注意的因素有哪些？

2.（10 分）随着全球化的发展，世界各国间的经济联系越来越紧密，贸易自由化的呼声也越来越高，各发达国家大声呼吁自由贸易，全面贯彻 WTO 的基本原则。但是，在国际贸易中，很多发达国家在电子数据交换（EDI）还未大量普及之际，执行带有歧视性的通关秩序安排，即优先安排利用 EDI 报关的西方发达国家商品的进出口，将未能广泛利用 EDI 的发展中国家的进出口商品滞后安排，这样对发展中国家的国际贸易造成了极其不利的影响。

阅读以上材料回答下列问题。

（1）上述发达国家采取的带有歧视性的通关秩序安排属于什么贸易壁垒？

（2）该贸易壁垒有什么政策特点？

（3）除了上述贸易壁垒外还有哪些非关税壁垒措施？

3. (9 分) 广州一位农民因长期受蟑螂骚扰, 自己发明了“灭蟑笔”。这位农民一不认识记者, 二没钱做广告, 于是逼急了, 他到广州一家报社, 进了编辑部的门, 把带来的一个大信封在地上摊开, 一群蟑螂从里面爬出来, 这位农民用“灭蟑笔”在蟑螂周围画了一个圈, 然后丢下一张名片就走了。莫名其妙的编辑们跑过来一看, 没有一只蟑螂爬出画的那个圈。于是, 那张名片成了采访的线索。不久, 该报刊报道了此事, “灭蟑笔”火了, 这位农民没花一分钱做成了广告, 堪称广告经典。

根据以上内容回答下列问题。

(1) 这位农民采用的推销模式是 ( )。

A. 爱达模式                      B. 迪伯达模式                      C. 埃德帕模式                      D. 迪德帕模式

(2) 这种模式的适用范围是什么?

(3) 这种模式的具体推销步骤是什么?

(4) 这位农民采用的吸引注意力的方法是 ( )。

A. 用气味来吸引顾客                      B. 用声音来吸引顾客  
C. 用产品来吸引顾客                      D. 用策略来吸引顾客

4. (10 分) 蒙牛在全国建立了 70 个由高科技支持的物流配送中心, 并拥有自己的送货车队和仓库。它的产品的运输方式主要有两种, 汽车和火车集装箱。蒙牛在保证产品质量的

原则下, 尽量选择费用较低的运输方式。对于路途较远的低温产品运输, 为了保证产品能够快速送达消费者手中, 保证产品的质量, 蒙牛往往采用成本较为高昂的汽车运输。例如, 北京销往广州等地的低温产品, 全部走汽运, 虽然成本较铁运高出很多, 但在时间上能有保证。在火车集装箱运输方面, 蒙牛与中铁集装箱运输公司开创了牛奶集装箱“五定”班列这一铁路运输的新模式。“五定”即“定点、定线、定时间、定价格、定编组”。“五定”班列定时、定点, 一站直达, 有效地保证了牛奶运输的及时、准确和安全。

根据以上资料回答下列问题。

配送商品时, 蒙牛选择了哪两种运输方式进行联运? 试分析它们各自的优点。

5. (10 分) 杭州花溪公司是一家专业制造扇子的企业, 公司每年有上百种扇子销往全国各地。为了拓展销售市场, 在对网络市场进行一番调查分析之后, 公司于 2011 年投资建设了自己的电子商务网站。经过一年多的努力, 公司的在线销售额虽有增长, 但远未达到预期目标。为了把公司的电子商务做大做强, 2012 年年底, 花溪公司专门成立了电子商务部, 并从职业学校招聘电子商务专业的毕业生, 为公司注入了“新鲜血液”。花溪公司正在成长为国内电子商务行业的一颗新星。

根据以上内容回答下列问题。

(1) 按照交易对象分类, 消费者从花溪公司网站购买扇子属于哪种类型的电子商务?

(2) 从传统市场环境到网络市场环境, 你认为市场性质发生了哪些变化?

(3) 假如你是花溪公司电子商务部的负责人, 你认为花溪公司要在 Internet 上取得成功, 必须关注哪几个环节?

山东省 2016 年普通高校招生（春季）模拟考试  
商品贸易专业试题答案

商品贸易专业试题（一）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	B	D	B	B	C	D	D	A	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	A	B	A	C	A	A	B	C	C
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	D	A	C	B	B	C	A	D	B
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
A	C	D	D	C	C	A	D	D	B
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
A	C	C	A	B	A	A	A	C	B

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：（1）拥有一定的购买力，有足够的销售量及营业额；  
（2）有较理想的尚未满足的消费需要，有充分的潜在的购买力；  
（3）竞争对手未能控制市场；  
（4）企业有能力开拓该市场。
2. 答：产品价格、产品的体积和重量、产品的易毁性或易腐性、产品的技术性、定制品和标准品。
3. 答：（1）加速世界经济贸易的增长；  
（2）促进国际服务贸易和国际投资的加速发展；  
（3）世界经济和世界市场的全球化将进一步发展；  
（4）全球范围内的经济贸易竞争将会更趋激烈；  
（5）跨国公司的经营范围将继续扩大。

4. 答：（1）连锁介绍法。  
（2）遇到的难题：①事情太多，总是忘记；  
②不好意思，难以启齿；  
③害怕被拒绝，不能承受打击；  
④不知如何开口，从何说起。
5. 答：（1）按照商业活动的运作方式分类；  
（2）按照开展电子交易的范围分类；  
（3）按照使用网络的类型分类；  
（4）按照交易对象分类；  
（5）按照商贸业务过程中的不同阶段分类。
6. 答：银行卡在线转账支付、电子现金、电子支票、第三方支付平台结算支付、移动支付。
- 7 答：（1）作业方法单纯；  
（2）前置时间短；  
（3）导入容易且弹性大；  
（4）作业人员责任明确，容易公平分工；  
（5）拣货后不用再分类，无须另外的作业场地，适用于大量订单的处理。

三、计算题

1. 解：（1）保本销量 =  $\frac{400000}{16-8} = 50000$ （件）  
（2）价格 =  $\frac{400000+50000 \times 8+2000000 \times 10\%}{50000} = 20$ （元）
2. 解：（1）1990 年该国的贸易条件 TOT =  $\frac{\text{出口价格指数}}{\text{进口价格指数}} = \frac{1-5\%}{1+10\%} \approx 0.86$   
（2）因为该国的贸易条件为 0.86，小于 1，所以该国的贸易条件恶化。

四、综合分析题

1. 答：（1）细分标准：人口细分。细分变量：年龄、性别。  
（2）集中性营销策略。优点：特别适合于资源力量有限的中小企业。缺点：市场区域相对狭小，企业发展受到限制；潜伏着较大的风险。  
（3）不利于市场开拓、增加销量；会导致竞争者大量涌入；在某种程度上损害了消费者利益。  
（4）局限性：广告受版面限制大，表现形式单调，易被读者忽视；时效短，表现力差。
2. 答：（1）自动出口配额制。分为协定的自动出口配额制和非协定的自动出口配额制。  
（2）从对进口不同的法令和实施上分类如下。  
①从直接限定进口数量、金额的实施上分类：进口配额制、自动出口配额制、进口许可证制。  
②从国家直接参与进出口经营上分类：进出口国家垄断、政府采购。  
③从外汇管制实施上分类：数量性外汇管制、成本性外汇管制。

- ④从海关程序和对进口价实施上分类：海关估价、繁杂的海关手续、征收国内税、进口限价等。
3. 答：（1）运用了选择成交法。除此之外，还有请求成交法、假定成交法、异议成交法、小点成交法、机会成交法、优惠成交法、提示成交法、从众成交法、激将成交法。（答对 6 种方法即可。）
- （2）①推销人员必须正确地分析和判断顾客的真正需求，提出恰当的选择方案；
- ②推销人员为顾客提供的选择方案不宜过多，否则会使顾客思想混乱，拿不定主意，影响成交。
4. 答：（1）普遍性、方便性、整体性、安全性、协调性。
- （2）B-to-C
- （3）①生产厂商和消费者的直接网上交易；
- ②市场的多样化、个性化和时代化；
- ③市场细分的彻底化。
5. 答：（1）自动化仓库主要由储存系统、存取输送系统和控制管理系统三大部分组成，其他还有与之配套的周边辅助系统，包括供电、消防、通信等。
- （2）①容积效率高；
- ②人力资源管理成本降低；
- ③搬运作业减少；
- ④自动化精确作业，安全性高，货品高架储存，防盗性佳；
- ⑤满足特殊货品储存需要；
- ⑥库存准确，可随时精确查询，盘点容易，出库速度快，有利于提高配送质量；
- ⑦先进先出容易，各级货品分类清楚；
- ⑧仓库密封性好，尘埃量少，货品长时间存放不易污损；
- ⑨货品出入口集中，容易管理。

## 商品贸易专业试题（二）

### 卷一（选择题，共 100 分）

#### 一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	C	A	B	A	B	C	D	C	B
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	A	D	D	C	C	D	D	B	C

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	B	C	C	A	A	B	C	A	B
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
A	A	C	B	C	D	C	C	D	A
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
B	C	D	C	B	B	D	B	A	D

### 卷二（非选择题，共 100 分）

#### 二、简答题

1. 答：（1）选择市场范围，确定经营目标；
- （2）选择市场细分的标准，列出消费者群体的供求状况；
- （3）初步细分市场；
- （4）筛选细分市场；
- （5）初步为市场细分定名；
- （6）进一步分析各子市场；
- （7）决定每个细分市场的规模，相应选定目标市场。
2. 答：金融公众、媒介公众、政府公众、社团公众、社区公众、内部公众、一般公众。
3. 答：（1）WTO 是个法人机构；
- （2）管辖的范围明显扩大；
- （3）建立了贸易政策评审机制；
- （4）争端解决机制更为完善。
4. 答：（1）全面、熟练地掌握所在企业的有关知识和产品知识；（1 分）
- （2）了解目标顾客的情况；（1 分）
- （3）拟订推销接近方案；（1 分）
- （4）做好推销接近前的心理准备；（1 分）
- （5）做好推销接近前的仪表准备。（1 分）
5. 答：普遍性、方便性、整体性、安全性、协调性。
6. 答：第三方支付平台。其特点如下。
- （1）可以消除人们对网络购物和交易的顾虑，让越来越多的人相信和使用网络的交易功能；
- （2）可以为商家提供更多的增值服务，帮助商家网站进行实时交易查询和交易系统分析，提供方便及时的退款和支付服务，起到仲裁作用，维护客户和商家的权益；
- （3）第三方支付平台提供一系列的应用接口程序，可以帮助商家降低运营成本，帮助银行节省网关开发费用；
- （4）第三方支付服务系统有助于打破银行卡壁垒。



7. 答：物品种类、运量方面、运距方面、时间方面、运输价格方面。

三、计算题

1. 解：（1）价格 = （单位固定成本+单位变动成本）×（1+加成率）= （440/80+560/80）×（1+20%）= 15（元）  
（2）保本价格=单位固定成本+单位变动成本=440/80+560/80= 12.5（元）
2. 解：从量税=商品数量×单位税额= 10000×20= 200000（美元）  
从价税=商品价值×从价税率= 10000×200×20%= 400000（美元）  
混合税= 200000+400000= 600000（美元）  
所以，该进口商要缴纳 600000 美元关税。

四、综合分析题

1. 答：（1）要点：香烟业受到政治、法律环境及公众（如世界卫生组织）等因素的影响。  
（2）美国的法律规定及世界卫生组织的研究结果给香烟业带来一定的威胁，香烟业可以采取促进、减轻或转移对策应对。
2. 答：（1）完成表如下。

	国家	服装（单位）	所需劳动力投入 （小时/人）	酒类（单位）	所需劳动力投入 （小时/人）
分工前	甲国	1	25	1	20
	乙国	1	15	1	18
分工后	甲国			2. 25	45
	乙国	2. 2	33		
交换后	甲国	1		1. 25	
	乙国	1. 2		1	

- （2）比较成本理论。大卫·李嘉图。《政治经济学及赋税原理》。
- （3）①国际分工影响国际贸易的发展速度；  
②国际分工影响国际贸易的地区分布；  
③国际分工影响国际贸易的地理方向；  
④国际分工影响国际贸易的商品结构；  
⑤国际分工影响国际贸易利益。
3. 答：（1）自我评判法。（1 分）注意问题如下。  
①要把顾客购买推销品的利弊分析透，并用恰当的形式表达出来，让顾客意识到推销人员的分析是客观事实；（1 分）  
②推销人员不要急于下结论，要把评判权交给顾客，给顾客考虑的机会和权利。（1 分）
- （2）①倾听性原则；（1 分）②鼓动性原则；（1 分）③求同存异原则；（1 分）④平等互惠原则；（1 分）⑤讲求效益原则。（1 分）
4. 答：（1）①超时空限制；②多媒体交互；③无障碍沟通；④经济成本低；⑤柔性化营销；⑥高技术支持。
- （2）传统交易方式与电子商务交易方式的对比如下表所示。

交易方式 项 目	传统交易方式	电子商务交易方式
交易活动过程	要消耗一定的人力、时间、资金	通过网站可以实现多个卖家的查询，省时、省力、省钱
交易环节	环节较多	环节少
交易费用	费用高	费用较低
交易环境	面对面实际环境的商务谈判	网上不谋面的虚拟环境谈判

5. 答：（1）该拣货策略选择的是智慧型分批原则。优点：可以大大缩短拣货行走距离，使拣货效率更高。缺点：需要软件技术较高，前置时间长，紧急插单较难。  
（2）除此之外，还有以下分批原则：合计量分批、时窗分批、定量分批。

商品贸易专业试题（三）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	C	C	B	C	A	A	B	D	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	A	B	B	B	D	C	D	B	D
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	C	B	B	B	B	D	C	C	D
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
A	B	B	A	A	B	D	B	A	B
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
D	C	B	D	B	A	A	D	A	B

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：选择目标市场策略应考虑的因素有企业的实力、产品的自然属性、市场的差异性、产品的生命周期、竞争对手状况。
2. 答：（1）注意广告传播的对象；  
（2）注意产品的销售范围；  
（3）注意广告媒体的影响力；

- (4) 注意广告的费用；
- (5) 注意商品的特性。
- 3. 答：(1) 保护的对象扩大了；
- (2) 保护的目变了；
- (3) 保护转入进攻性；
- (4) 保护的阶段转化；
- (5) 保护的措施多样化；
- (6) 组成货币集团，瓜分世界市场。
- 4. 答：爱达推销模式。该模式的推销步骤如下。
- (1) 吸引潜在顾客的注意；
- (2) 唤起顾客兴趣；
- (3) 激发顾客的购买欲望；
- (4) 促成交易。
- 5. 答：(1) 注册；
- (2) 充值，用银行卡或者到邮局将钱先充值到账户，购物时可使用账户内余额付款；
- (3) 挑选商品，在支付宝合作的网站上挑选商品；
- (4) 付款；
- (5) 客户收货。
- 6. 答：商品宣传信息、企业文化信息、服务支持信息、消费者反馈信息、客户互动信息。
- 7. 答：(1) 配送合同中的用户要求；
- (2) 配送货物情况；
- (3) 时间与运力的配置；
- (4) 配送节点的存货情况与能力水平；
- (5) 交通条件与道路状况等。

三、计算题

- 1. 解：价格=（单位固定成本+单位变动成本）×（1+加成率）=（80000/20000+60000/20000）×（1+20%）= 8.4（元）
- 2. 解：贸易差额=出口贸易额-进口贸易额=2022400-1958665=63735（万美元）  
该国为贸易顺差，贸易在国际市场上处于有利地位。  
$$\text{外贸依存度} = \frac{\text{出口贸易额} + \text{进口贸易额}}{\text{国民生产总值}} \times 100\% \approx 81.91\%$$
  
该国对对外贸易的依赖程度较高。

四、综合分析题

- 1. 答：(1) 不同渠道间的冲突。
- (2) ①生产企业与中间商有不同的目标；
- ②渠道成员的任务和权利不明确；
- ③中间商对生产企业的依赖过高。
- (3) ①与生产企业的目标顾客有较密切的联系；

- ②经营场所的地理位置较为理想；
- ③市场渗透能力较强；
- ④有较强的经营实力；
- ⑤有良好的声誉。
- 2. 答（1）自动出口配额制。
- (2) 分为协定的自动出口配额制和非协定的自动出口配额制。我国采用的是协定的自动出口配额制。
- (3) ①直接非关税壁垒：进口配额制、自动出口配额制、进口许可证制。
- ②间接非关税壁垒。
- 3. 答：(1) 王芳采用了缘故法。此方法的优点：有利于自信心的培养、有利于克服心理障碍、有利于弥补推销起步时技巧上的不足。
- (2) 王芳采用了联想提示法。应注意的问题如下。
- ①推销人员的举止、表情要有助于顾客产生有益的联想；
- ②提示的语言要有感染力，要有助于引导顾客产生联想；
- ③提示的语言必须真实、贴切、可信。
- (3) 王芳采用了优惠成交法。
- 4. 答：(1) 普遍性。
- (2) ①消费者从大众中分离；
- ②消费者直接参与生产和商业流通循环；
- ③大范围的选择和理性的购买。
- (3) ①电子商务改变了市场商务活动的方式；
- ②电子商务给新行业的出现带来了机会；
- ③电子商务改变了企业的生产方式；
- ④电子商务将带来一个全新的金融业；
- ⑤电子商务将改变政府的行为。
- 5. 答：(1) 流通加工的类型有：①保存产品；②提高产品利用率，方便用户；③提高物流效率，降低物流损失；④适应多样化需要；⑤经销需要。  
本案例体现了经销需要。
- (2) 案例中提到的流通加工作业有礼盒包装、小包装分装、热收缩包装、贴标签。

商品贸易专业试题（四）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	C	A	B	C	D	B	A	C	A

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
D	A	C	C	A	B	A	B	A	B
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
C	D	B	A	D	A	C	C	A	D
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
D	D	B	B	A	C	D	B	A	B
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
B	C	A	B	B	A	B	C	B	D

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：属性和利益定位法、用途定位法、使用者定位法、竞争定位法、档次定位法、特色定位法。
2. 答：整数定价。这种定价的好处如下。

(1) 可以满足购买者炫耀富有、显示地位、崇尚名牌、购买精品的虚荣心；

(2) 省去了找零钱的麻烦，方便企业和顾客的价格结算；

(3) 花色品种繁杂、价格总体水平较高的商品，可利用产品的高价效应，在消费者心目中树立高档、高价、优质的产品形象。
3. 答：(1) 对受惠国家或地区的规定；

(2) 对受惠产品范围的规定；

(3) 对受惠减税幅度的规定；

(4) 对给惠国的保护措施的规定；

(5) 对原产地的规定；

(6) 对有效期的规定。

4. 答：(1) 确定访问对象；

(2) 确定见面时间和地点；

(3) 确定接近潜在目标顾客的方法和谈话内容；

(4) 提出具体的工作目标；

(5) 针对可能出现的各种意外情况，做好充分的准备。

5. 答：(1) 运费负担小，特别是大批货物中长距离运输时；

(2) 大批货物能一次性有效运输；

(3) 安全；

(4) 运输网遍及全球各地；

(5) 不受天气影响。

（商品贸易专业试题答案 共 32 页）第 9 页

6. 答：(1) 电子商务对买卖双方利益保护问题；

(2) 电子商务对买卖双方隐私权保护问题；

(3) 电子商务安全问题；

(4) 电子商务的支付结算问题；

(5) 电子商务商家信誉的问题。

7. 答：基本网上银行业务服务、网上投资、网上购物、个人理财助理、企业银行服务、信息发布、其他金融服务。

三、计算题

1. 解：价格= $\frac{50000+50000\times 20+20000\times 10\%}{50000}$ =21.04（元）

2. 解：外贸依存度= $\frac{\text{出口总额}+\text{进口总额}}{\text{国民生产总值}}\times 100\%$ 

所以，进口总额=60000×12%−3680=3520（亿美元）

贸易差额=出口总额−进口总额=3680−3520=160（亿美元）

四、综合分析题

1. 答：(1) 人口因素。它包括社会阶层、年龄、性别、职业、收入、教育程度、家庭结构、种族、国籍、家庭生命周期等变量。

(2) 避强定位。这种市场定位能使企业迅速在市场上站稳脚跟，并能在消费者当中迅速树立起一种形象。由于这种定位策略市场风险较小，成功率较高，常为多数企业采用。

2. 答：(1) 产品以低于正常价值或公平价值的价格销售；这种低价销售的行为给进口国产业造成损害、包括实质性损害、实质性威胁和实质性阻碍；损害是由低价销售造成的，两者之间存在因果关系。

(2) 长期性倾销、偶然性倾销、间歇性或掠夺性倾销。

(3) 出口产品在运销国外之后，不再返销国内市场；出口厂商对国内市场垄断。

(4) 公平贸易原则。

3. 答：(1) 托人约见。优点：委托他人约见，可以消除某些顾客对陌生人的戒备心理，有利于消除推销障碍，顺利约见潜在目标顾客。缺点：推销人员处于被动地位，容易引起误会。

(2) 财力异议。

(3) 从众成交法。这种方法的优点如下。

①可以增强推销人员的成交说服力，推销人员利用人们的从众心理，利用顾客之间的相互影响，说服顾客，进行推销；

②有利于顾客对推销商品的认识，促使大批量的成交；

③给顾客一种压力，有利于顾客尽早做出购买决策。

4. 答：(1) 专业型配送中心。

(2) ①采用配送形式可以形成高效率和高效益，有利于物流运动实现合理化；

②配送有利于合理配置资源；

③推行配送有利于开发和应用新技术；

— 65 —

（商品贸易专业试题答案 共 32 页）第 10 页

- ④配送可以降低物流成本，促进生产快速发展；
- ⑤配送能够充分发挥专业流通组织的综合优势，有效地解决交通问题。
5. 答：（1）非完全电子商务。
- （2）①在 Internet 上进行广告宣传；
- ②利用 Internet 发布产品信息；
- ③使用 Web 服务器获取顾客数据和进行交易磋商；
- ④借助 Internet 中间商为客户在庞杂的信息中指点迷津。
- （3）在电子商务环境下，商品流通和交易方式的改变还表现在直接交易过程的出现、营销全球化、实务操作无纸化和支付过程的无现金化等方面。

商品贸易专业试题（五）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	B	D	B	C	D	B	A	B	B
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	B	D	A	B	C	B	B	C	D
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
C	B	B	B	B	A	D	C	A	C
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
C	C	A	C	A	D	D	A	A	B
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
B	D	B	C	D	B	C	C	B	A

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：（1）与生产企业的目标顾客有较密切的关系；
- （2）经营场所的地理位置较为理想；
- （3）市场渗透能力较强；
- （4）有较强的经营实力；
- （5）有良好的声誉。
2. 答：销售折扣、资助奖励、赠品、节日公关、业务会议、代销。

3. 答：（1）加速世界经济贸易的增长；
- （2）促进国际服务贸易和国际投资的加速发展；
- （3）世界经济和世界市场的全球化将进一步发展；
- （4）全球范围内的经济贸易竞争将会更趋激烈；
- （5）跨国公司的经营范围将继续扩大。
4. 答：（1）推销自己，以真诚的态度与顾客接触，使顾客对推销人员个人产生信赖和好感；
- （2）使顾客对整个交易过程满意；
- （3）使顾客对企业提供的各种售后服务满意；
- （4）成为解决问题的专家，帮助顾客解决问题；
- （5）向顾客宣传产品，让顾客了解产品。
5. 答：混合策略、差异化策略、合并策略、延迟策略、标准化策略。
6. 答：（1）在商务活动中利用电子这种载体作为媒介来传递商务中的交易信息；
- （2）开始形成有利于电子商务发展的社会大环境；
- （3）商务的交易方式将由于电子技术的使用而得以改变；
- （4）越来越多的人采用或即将采用这种交易方式；
- （5）全社会已经有一个电子商务交易的技术环境和平台；
- （6）未来的经济增长将会以电子商务为新的热点；
- （7）经济全球化的步伐加快。
7. 答：（1）使用数字签名和数字证书实现对各方的认证；
- （2）使用加密技术对业务进行加密；
- （3）使用消息摘要算法以确认业务的完整性；
- （4）当交易双方出现异议、纠纷时，保证对业务的不可否认性；
- （5）能够处理贸易业务的多边支付问题。

三、计算题

1. 解：目标利润=投资总额×投资收益率=100000×30%=30000（元）
- 价格=（总成本+目标利润）÷总销量
- 180=（20000+100×总销量+30000）÷总销量
- 所以，总销量=625（件）
2. 解：外贸依存度= $\frac{1600+1400}{40000} \times 100\% = 7.5\%$
- 出口依存度=1600/40000×100%=4%
- 进口依存度=1400/40000×100%=3.5%

四、综合分析题

1. 答：（1）GL 公司的产品线宽度是 5。
- （2）GL 公司采用的是向上延伸策略。企业采用这种策略的原因如下。
- ①高档产品市场具有较大的潜在成长率和较高利润率的吸引；
- ②企业实力增强，可发展各种产品俱全的完全生产线，并重新对产品线定位。



- (3) ①对产品进行再开发；  
②开拓产品新市场；  
③市场营销组合改革；  
④最根本的办法在于产品的更新换代。
2. 答：(1) 透明度原则。含义：各缔约国政府应迅速公布其与商品进出口贸易和服务贸易有关的法律、规章，以便其他缔约国和贸易商能够熟悉。作用：防止缔约国对贸易进行不公开、不透明的管理而造成歧视性待遇，影响自由贸易的进行。它是 GATT 其他原则得以有效贯彻的基础。  
(2) 非歧视原则、关税保护原则、取消数量限制原则、公平贸易原则、互惠原则、贸易争端的磋商调解原则、对发展中国家特别优惠的原则、区域性贸易安排原则、合理保障原则。
3. 答：(1) 间接提示法。好处：有利于营造有利的洽谈气氛，有利于消除推销异议，有利于洽谈顺利发展。注意问题：选准时机，选准顾客，语言含蓄、婉转。  
(2) ①退让条件应该是在次要问题上，而主要条件不能随便改变；  
②注意退让的次数和幅度，不能一降再降，让步的幅度也不能过大。
4. 答：(1) ①降低成本，减少资本投入；  
②使企业得到先进的技术和管理经验；  
③有利于提高客户服务质量；  
④通过扩大市场等手段提高企业的竞争优势；  
⑤获取信息能力提高，有利于经营规模；  
⑥ 减少风险和不确定因素。  
(2) 第三方物流是指生产经营企业把原来属于企业内部自行处理的物流活动以合同方式委托给专业物流服务企业，同时通过信息系统与物流服务企业保持密切联系，以达到对物流全程的管理和控制的一种物流运作与管理方式。  
(3) ①有效整合、利用社会闲散物流资源；  
②有助于缓解城市交通压力；  
③对产业结构的调整和优化有着重要的意义。
5. 答：(1) B-to-C。  
(2) 网络广告具有最广阔的传播范围。  
(3) 第一，明确网络广告的目的，应根据目的的不同选择不同类型的网络广告。  
第二，根据企业的特点和实力确定费用预算。  
第三，制定符合本企业网络广告特色的投放策略。  
第四，构思引人入胜的广告，并建立有创意的制作团队。  
第五，设计精准的网络广告投放操作。  
第六，进行快速准确的网络广告效果监测。

商品贸易专业试题（六）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	A	B	D	C	A	A	A	D	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	B	A	A	D	A	C	A	B	B
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
B	D	B	D	C	C	D	B	D	C
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
C	D	D	B	C	A	C	B	D	C
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
D	B	D	A	A	B	C	D	B	C

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：区域型组织结构、顾客式组织结构、产品式结构、复合式结构。其中最简单的是区域型组织结构。
2. 答：常见的心理定价策略有尾数定价、整数定价、声望定价、招徕定价、习惯定价。
3. 答：(1) 工业制成品在国际贸易中所占的比重超过初级产品所占的比重；  
(2) 发展中国家出口中的工业制成品有所增长；  
(3) 中间性机械产品的比重提高；  
(4) 服务贸易发展迅速。
4. 答：搭讪与聊天接近法。注意问题如下。  
(1) 找准顾客；  
(2) 寻找合适的时机；  
(3) 通过推销人员的举止言谈给顾客留下好印象；  
(4) 控制聊天的话题，尽量紧扣主题。
5. 答：(1) 采用配送形式可以形成高效率和高效益，有利于物流运动实现合理化；  
(2) 配送有利于合理配置资源；  
(3) 推行配送有利于开发和应用新技术；

- (4) 配送可以降低物流成本，促进生产快速发展；
- (5) 配送能够充分发挥专业流通组织的综合优势，有效地解决交通问题。

6. 答：(1) 展示有特色的购物界面；
- (2) 保证交易的安全；
  - (3) 考虑系统的兼容性；
  - (4) 充分地进行数据挖掘；
  - (5) 提供高性能的服务器。

7. 答：(1) 打开支付宝首页，单击“免费注册”；
- (2) 选择注册方式；
  - (3) 填写并确认注册信息；
  - (4) 注册信息提交成功，查看邮箱中是否有激活账户的邮件；
  - (5) 查收邮件，并激活账户；
  - (6) 激活成功，成为支付宝会员。

三、计算题

1. 解：(1) 保本价格=单位变动成本+单位固定成本
- $$26 = 18 + 380000 / \text{销售量}$$
- 所以，销售量=47500（件）
- (2) 销售额=销售量×单价=47500×26=1235000（元）
2. 解：(1) 外贸依存度= $\frac{400+600}{10000} \times 100\% = 10\%$
- (2) 贸易差额=出口贸易额-进口贸易额=400-600=-200（亿美元）
- (3) 该国的对外贸易额=进口贸易额+出口贸易额=600+400=1000（亿美元）

四、综合分析题

1. 答：(1) ①B ②A
2. 广告、营业推广。
- 广告的特点：优点——传播面广，形象生动，节省人力；
- 缺点——信息单向传递，只能对一般消费者，难以立即成交。
- 营业推广的特点：优点——吸引力大，激发购买欲望，可促成消费者当即购买行为；
- 缺点——接触面窄，有局限性，有时可降低商品身份。
2. 答：(1) 关税的税收主体是大连海丰公司。
- (2) 直接补贴和间接补贴。直接补贴。
- (3) 目的是提高进口商品的价格，抵消其所享受的补贴数额，削弱其竞争力。一般按接受补贴的数额征收。
3. 答：(1) 馈赠接近法。应注意问题如下。
- ①馈赠礼品只能是接近顾客的见面礼或媒介物，不能作为恩赐甚至贿赂顾客的手段；
  - ②要根据顾客的习俗、兴趣与爱好，选择合适的馈赠礼品，投其所需，投其所好；
  - ③选择馈赠礼品时不必追求礼品的价值，以避免对方产生戒备心理；
  - ④赠送礼品还要注意时机和场合。

- (2) ①锲而不舍，以礼相待，适时推销；
- ②运用比较法引起顾客的兴趣；
- ③强调推销品的与众不同；
- ④提示顾客以防不测。

4. 答：(1) 该公司采用的拣货策略是批量拣货策略。该拣货策略的优点如下。
- ①适合订单数量庞大的系统；
  - ②一次拣出商品总量，可以缩短拣取时行走的距离，增加单位时间的拣货量；
  - ③一次拣出总量，对储位操作频度小，有助于维护储位和库存的准确性及降低拣错率；
  - ④由于批量拣货，对拣货区的操作少，拣货准确率高，有利于保证储位和库存的准确；
  - ⑤分货作业形成对批次总量拣货的稽核，使拣货正确率提高。
- (2) ①提高出货配送效率；
- ②在线管理，拣货数据在线控制，库存数据一目了然；
  - ③操作简单，人员不需特别培训就能上岗工作。
- (3) 摘取式和播种式。
5. 答：(1) 网关型第三方支付平台和信用担保型第三方支付平台。
- (2) ①可以消除人们对网络购物和交易的顾虑，让越来越多的人相信和使用网络的交易功能；
- ②可以为商家提供更多的增值服务，帮助商家网站进行实时交易查询和交易系统分析，提供方便及时的退款和支付服务，起到仲裁作用，维护客户和商家的权益；
  - ③第三方支付平台提供一系列的应用接口程序，可以帮助商家降低运营成本，帮助银行节省网关开发费用；
  - ④第三方支付服务系统有助于打破银行卡壁垒。
- (3) ①电子商务对买卖双方利益及隐私权保护问题；
- ②电子商务安全问题；
  - ③电子商务的支付结算问题；
  - ④电子商务商家信誉的问题。

商品贸易专业试题（七）

卷一（选择题，共100分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	D	D	C	B	A	A	C	C	B
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	D	B	B	A	C	D	B	B	A

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
D	A	B	C	D	C	A	B	A	B
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
B	A	C	D	D	A	B	A	B	D
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
B	A	B	A	C	B	A	C	A	C

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：关键是企业要设法在自己的产品上找出比竞争者更具有竞争优势的特性。  
市场定位的步骤如下。  
(1) 分析目标市场的现状，确认本企业潜在的竞争优势；  
(2) 准确选择竞争优势，对目标市场初步定位；  
(3) 显示独特的竞争优势和重新定位。
2. 答：定价目标、产品成本、产品差异性、企业的销售能力。
3. 答：(1) 申诉和调查；  
(2) 举证，即所有利害关系方提供的书面证据；  
(3) 当事双方磋商解决问题；  
(4) 如果磋商后补贴方愿意修改价格和做出其他价格承诺，补贴诉讼可暂停或终止；  
(5) 如承诺无实际行动，可继续调查，算出补贴数额，征收反补贴税；  
(6) 日落条款。
4. 答：(1) 把推销品与顾客的愿望结合起来；  
(2) 向顾客示范合格的产品；  
(3) 淘汰不合适适的产品；  
(4) 证实顾客的选择正确；  
(5) 促使顾客做出购买决定。
5. 答：(1) 直接运输网络；  
(2) 利用送奶线路的直接运输；  
(3) 所有货物通过配送中心的运输网络；  
(4) 通过配送中心使用送奶线路的运送；  
(5) 定制化运输。
6. 答：银行卡在线转账支付、电子现金、电子支票、第三方支付平台结算支付、移动支付。
7. 答：超时空限制、多媒体交互、无障碍沟通、经济成本低、柔性化营销、高技术支持。

三、计算题

1. 解：设盈亏平衡时单位变动成本为  $X$

$$180 = 300000 / 10000 + X$$

所以， $X = 150$ （元）

设达到目标利润为 60 万元时的价格为  $Y$

$$Y = (300000 + 12000 \times 150 + 600000) / 12000 = 225 \text{（元）}$$

2. 解：贸易差额 = 出口贸易额 - 进口贸易额

$$60 = 2580 - \text{进口贸易额}$$

$$\text{进口贸易额} = 2520 \text{（亿美元）}$$

$$\text{外贸依存度} = \frac{2580 + 2520}{60000} \times 100\% = 8.5\%$$

四、综合分析题

1. 答：(1) 广告宣传和公共关系。广告宣传的优点是传播面广、形象生动、节省人力；缺点是只能对一般消费者，且难以立即促成交易。公共关系的优点是影响面广、信任程度高、可提高企业知名度和声誉；缺点是花费力量较大，且效果难以控制。  
(2) 促销目标、产品类型、企业的促销策略、购买准备过程阶段、产品生命周期、经济前景。  
(3) 表现广告主题、引人注目、独特新颖、简明易懂、传达情感。
2. 答：(1) 出口信贷。按时间长短划分，可分为短期信贷、中期信贷、长期信贷；按借贷关系划分，可分为卖方信贷和买方信贷。  
(2) 出口信贷担保。  
(3) ①出口信贷必须联络出口项目，即贷款必须全部或大部分用于购买提供贷款国家的出口商品；  
②出口信贷利率低于国际金融市场贷款的利率，其利差由出口国政府给予补贴；  
③出口信贷的贷款金额，通常只占买卖合同金额的 85% 左右，其余 10% ~ 15% 由进口厂商先支付现汇；  
④出口信贷的发放与出口信贷担保相结合，以避免或减少信贷风险。
3. 答：(1) 事实说服法。  
(2) 直接介绍法、产品演示法。  
(3) ①推销自己，赢得顾客的好感和信任；  
②推销产品功能，以顾客关心的利益诱导顾客；  
③耐心倾听，以理服人；  
④以退为进；  
⑤向顾客发出“最后通牒”。
4. 答：(1) 混合策略、差异化策略、合并策略、延迟策略、标准化策略。  
(2) 货品管理、车辆管理、配送人员管理、客服水平管理、配送成本管理。
5. 答：(1) B-to-C。  
(2) ①生产厂商和消费者的直接网上交易；  
②市场的多样化、个性化和时代化；  
③市场细分的彻底化。

- (3) ①商品宣传信息；  
②企业文化信息；  
③服务支持信息；  
④消费者反馈信息；  
⑤客户互动信息。

商品贸易专业试题（八）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	C	A	D	B	D	B	A	D	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
C	A	B	A	C	A	C	B	A	A
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
B	A	D	B	C	C	B	B	B	B
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
C	B	C	A	C	C	A	D	B	A
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
D	B	B	D	D	D	A	B	B	A

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：促销目标、产品类型、企业的促销策略、购买准备过程阶段、产品生命周期、经济前景。
2. 答：（1）拥有一定的购买力，有足够的销售量及营业额；  
（2）有较理想的尚未满足的消费需求，有充分的潜在购买力；  
（3）市场竞争还不激烈，竞争对手未能控制市场，有可能乘势开拓市场，并占有一定的市场份额，在市场竞争中取胜；  
（4）该市场符合企业的资源条件，企业有能力开拓该市场。
3. 答：最惠国待遇条款适用的范围如下。  
（1）有关进口、出口、过境商品的关税和其他捐税；  
（2）商品进口、出口、过境、存仓和换船方面的有关海关规定、手续和费用；  
（3）进出口许可证发放的行政手续。  
分为有条件的最惠国待遇原则和无条件的最惠国待遇原则。

4. 答：（1）把推销品与顾客的需要和愿望结合起来；  
（2）证实推销品符合顾客的需求和愿望；  
（3）促使顾客接受推销品；  
（4）刺激顾客的购买欲望；  
（5）促使顾客做出购买决定。
5. 答：（1）商品入库管理；  
（2）商品出库管理；  
（3）仓库内部管理；  
（4）货物配送管理；  
（5）供应链管理。
6. 答：网上支付组件有商户系统、电子钱包、支付网关、安全认证。商户系统不是网上支付的必要条件。
7. 答：信息共享与交易磋商、网上订购、网上支付、执行交易、服务与支持。

三、计算题

1. 解：第一年产品定价  
固定成本为 400000 元  
变动成本为  $130000 \times 6 = 780000$ （元）  
目标利润为  $3200000 \times 8\% = 256000$ （元）  
预计产量为 130000 件  
单位产品销售价格 =  $(\text{总成本} + \text{目标利润}) / \text{计划总产量} = (400000 + 780000 + 256000) / 130000 \approx 11.05$ （元）  
第二年产品定价  
固定成本为 400000 元  
变动成本为  $150000 \times 6 = 900000$ （元）  
目标利润为  $3200000 \times 14\% = 448000$ （元）  
预计产量为 150000 件  
单位产品销售价格 =  $(400000 + 900000 + 448000) / 150000 \approx 11.65$ （元）
2. 解：出口贸易额 = 进口贸易额 - 贸易逆差 =  $7320 - 240 = 7080$ （亿元）  
$$\text{外贸依存度} = \frac{7080 + 7320}{80000} \times 100\% = 18\%$$

四、综合分析题

1. 答：（1）成长期。应采取的策略：规模策略、形象策略、服务策略、降价策略。  
（2）在成长期，由于产品已打开销路，同时也出现了竞争对手，这时广告和公共关系需加强，营业推广相对减少。  
（3）欲望竞争者、类别竞争者、产品形式竞争者、品牌竞争者。
2. 答：（1）形成这种局面的原因如下。  
①中心国家通过资本输出，凭借其技术和管理上的垄断优势构筑和强化外围国家在经济上对中心国家的依赖关系；



②传统的国际分工造成外围国家经济结构的单一性，使外围国家成为中心国家原料产地和制成品销售市场；

③外围国家贸易条件长期恶化。

根据这一理论，美国处于中心体系。

(2) 外汇倾销。该措施生效的条件如下。

①货币贬值的程度大于国内物价上涨的程度；

②其他国家不同时实行同等程度的货币贬值和不采取其他报复性措施。

(3) 属于垂直贸易。

3. 答：(1) 货源异议。小刘运用比较法引起顾客的兴趣，并强调产品的与众不同。其他措施：锲而不舍，以礼相待，适时推销；提示顾客以防不测。

(2) 寻找顾客运用了连锁介绍法，说服顾客运用了事实说服法，成交阶段运用了优惠成交法。

(3) 实质是在利益上对顾客做出让步，利用了顾客的求利心理。

4. 答：(1) 相同点：都是应用无线射频技术。不同点如下。

①RF 系统是在数据传输过程中用到无线射频通信技术，RFID 主要是在识别过程中用到射频技术；

②RF 系统采集数据时仍然用光学读码器来读取传统的条形码，RFID 采集数据时通过射频技术识别专门的 RFID 标签来读取上面的数据，这个过程可以是非接触式的，只要在一定范围内就可以识别。

(2) 国际上物流领域常用的条形码有通用商品条码、储运单元条码、贸易单元 128 码。条形码除了在货物配送管理中具有重要意义外，还可以应用于商品入库管理、商品出库管理、仓库内部管理、供应链管理。

5. 答：(1) 传统交易方式与电子商务交易方式的对比如下表所示。

交易方式 项目	传统交易方式	电子商务交易方式
交易活动过程	要消耗一定的人力、时间、资金	通过网站可以实现多个卖家的查询，省时、省力、省钱
交易环节	环节较多	环节少
交易费用	费用高	费用较低
交易环境	面对面实际环境的商务谈判	网上不谋面的虚拟环境谈判

(2) 超时空限制、多媒体交互、无障碍沟通、经济成本低、柔性化营销、高技术支持。

## 商品贸易专业试题（九）

### 卷一（选择题，共 100 分）

#### 一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	A	D	B	D	A	B	D	A	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	B	A	D	C	A	B	C	D	C
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
D	A	B	C	D	C	B	C	D	A
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
B	C	A	C	B	B	B	A	C	B
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
D	C	C	B	A	B	C	A	A	A

### 卷二（非选择题，共 100 分）

#### 二、简答题

1. 答：单一市场集中、产品专门化、市场专门化、选择性专门化、完全市场覆盖。

2. 答：产品的实力、产品的自然属性、市场的差异性、产品生命周期、竞争对手状况。

3. 答：特点如下。

(1) 其担保的往往是商业保险公司不愿担保的出口风险大的贷款项目；

(2) 申请担保的手续简单；

(3) 保险费用比较低，故出口厂商和银行的负担较轻，有助于商品的出口；

(4) 担保金额大。

实质：国家代替出口商承担风险，以帮助其扩大出口，争夺国外市场。

4. 答：多方证实法。运用此方法的技巧如下。

(1) 利用权威证书证实；

(2) 利用有关技术资料证实；

(3) 利用传播媒介的宣传、报道与评论证实；

(4) 利用用户情况证实。

5. 答：(1) 保存产品；

(2) 提高产品利用率，方便用户；

- (3) 提高物流效率，降低物流损失；
  - (4) 适应多样化需要；
  - (5) 经销需要。
6. 答：(1) 打开支付宝首页，单击“免费注册”；
- (2) 选择注册方式；
  - (3) 填写并确认注册信息；
  - (4) 注册信息提交成功，查看邮箱中是否有激活账户的邮件；
  - (5) 查收邮件，并激活账户；
  - (6) 激活成功，成为支付宝会员。
7. 答：交易功能、交易异常处理功能、提供仲裁信息功能、提供多种报表功能、提供查询处理功能、计费功能。

三、计算题

1. 解：(1) 保本价格=单位变动成本+单位固定成本
- $$10=6+200000/\text{销售量}$$
- $$\text{销售量}=50000\text{（件）}$$
- (2) 价格=(20+5×6+240×10%)/5=14.8（元）
2. 解：贸易条件=出口价格指数÷进口价格指数=(1+6%)÷(1-3%)≈1.092
- 因为贸易条件大于1，所以该国的贸易条件好转。

四、综合分析题

1. 答：(1) 采取的是扩大产品组合策略。除此之外，还有缩减产品组合策略、产品线延伸策略。
- (2) 应注意的问题有：①选择投放时机；②选择投放地点；③选择投放对象；④选择投放方法。
- (3) 采取的是渗透定价策略（或低价策略）。利用这种形式的前提条件如下。
- ①新产品的需求价格弹性较大；
  - ②新产品存在着规模经济效益。
2. 答：(1) 最惠国待遇原则和国民待遇原则。
- (2) ①有关进口、出口、过境商品的关税和其他捐税；
  - ②商品进口、出口、过境、存仓和换船方面的有关海关规定、手续和费用；
  - ③进出口许可证发放的行政手续。
- (3) WTO 是个法人机构，管辖的范围明显扩大，建立了贸易政策评审机制，争端解决机制更为完善。
3. 答：(1) 普访法。
- (2) 电话约见。电话约见的缺点：电话约见在可视电话尚未普及的情况下，推销人员无法看到顾客的反应，容易被拒绝。
- (3) ①馈赠礼品只能是接近顾客的见面礼或媒介物，不能作为恩赐甚至贿赂顾客的手段；
- ②要根据顾客的习俗、兴趣爱好，选择合适的馈赠礼品，投其所好，投其所需；

- ③选择馈赠礼品时不必追求礼品的价值，以避免对方产生戒备心理；
  - ④馈赠礼品时注意时机和场合。
4. 答：(1) 时间成本、重心原理、政策法规。
- (2) 客户群的分布情况、交通运输状况、地理因素影响。
  - (3) 用地给予政策支持、规范用地管理。
5. 答：(1) 支付结算、汇兑转账、储蓄功能、消费信贷、个人信用、综合服务。
- (2) ①使用数字签名和数字证书实现对各方的认证；
  - ②使用加密技术对业务进行加密；
  - ③使用消息摘要算法以确认业务的完整性；
  - ④当交易双方出现异议、纠纷时，保证对业务的不可否认性；
  - ⑤能够处理贸易业务的多边支付问题。

商品贸易专业试题（十）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	C	A	B	A	B	B	B	C	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
D	B	C	B	C	C	C	A	A	C
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
D	C	A	B	D	D	C	B	D	C
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
D	D	B	B	D	D	A	C	A	B
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
A	C	D	D	B	C	D	A	B	D

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：销售配额完成情况、平均存货水平、送货时间、对次品与丢失品的处理情况、在促销和培养方面的合作、对消费者提供的服务等。
2. 答：由美国倡导的贸易自由化出现在第二次世界大战后。其表现为大幅度削减关税、减少或撤销非关税壁垒、放宽外汇管制。

3. 答：表现广告主题、引人注目、独特新颖、简明易懂、传达情感。
4. 答：（1）告诉顾客你仅仅占用他几分钟时间；  
（2）简明扼要，重点推销；  
（3）利用良机激励顾客；  
（4）利用竞争对手向顾客施压；  
（5）提供满意的服务。
5. 答：（1）配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式，是商流与物流的紧密结合；  
（2）配送的实质是送货；  
（3）配送是一种“中转”行为；  
（4）配送是“配”和“送”的有机结合；  
（5）现代物流配送以客户要求为出发点。
6. 答：基本网上银行业务服务、网上投资、网上购物、个人理财助理、企业银行服务、信息发布、其他金融服务。
7. 答：（1）明确网络广告的目的，应根据目的的不同选择不同类型的网络广告；  
（2）制定符合本企业网络广告特色的投放策略；  
（3）构思引人入胜的广告并建立有创意的制作团队；  
（4）设计精准的网络广告投放操作；  
（5）进行快速准确的网络广告效果监测。

三、计算题

1. 解：（1）生产该产品的盈亏平衡点产量是  
 $\text{产量} = \text{固定成本总额} \div (\text{单价} - \text{单位变动成本}) = 47500 \text{（件）}$   
（2）盈亏平衡点的销售额是  
 $\text{盈亏平衡点的销售额} = \text{销售量} \times \text{售价} = 47500 \times 26 = 1235000 \text{（元）}$   
（3）实现 60000 元利润时的销售额计算如下。  
 $26 = (380000 + \text{销售量} \times 18 + 600000) / \text{销售量}$   
所以，销售量 = 122500（件）  
此时的销售额 =  $122500 \times 26 = 318500 \text{（元）}$
2. 解：从量税 = 商品数量 × 单位税额 =  $100000 \times 0.375 = 37500 \text{（美元）}$   
从价税 = 商品价值 × 从价税率 =  $100000 \times 28 \times 15.5\% = 434000 \text{（美元）}$   
混合税 = 从量税 + 从价税 =  $37500 + 434000 = 471500 \text{（美元）}$

四、综合分析题

1. 答：（1）招徕定价。另外还有尾数定价、声望定价、整数定价、习惯定价、统一定价。  
（2）求廉心理。  
（3）应注意的问题如下。  
①降价的商品应是消费者常用的，最好是适合于每一个家庭使用的物品，否则无吸引力；  
②实行招徕定价的商店，经营的品种要多，以便使顾客有较多的选购机会；  
③降价商品的降价幅度要大，一般应接近成本或低于成本；

- ④降价商品的数量要适当，太多商店亏损太大，太少容易引起消费者的反感；  
⑤应与因伤残而减价的商品明显区别开。
2. 答：（1）新贸易保护主义。  
（2）①保护的商品不断增加；  
②限制进口措施的重点从关税转向非关税；  
③贸易保护的重心从限制进口转向鼓励出口；  
④贸易保护日益系统化、合法化。  
（3）歧视性政府采购、国内税、技术贸易壁垒、其他壁垒。  
（4）出口信贷、出口补贴。
3. 答：（1）爱达模式。此模式的步骤如下。  
①吸引潜在顾客的注意；  
②唤起顾客兴趣；  
③激发顾客的购买欲望；  
④促成交易。  
（2）事实说服法。注意事项如下。  
①向顾客展示的事实必须真实可靠，不得弄虚作假；  
②重复不是证明，要尽早做示范；  
③可带领顾客一起做示范。
4. 答：（1）沃尔玛配送中心可能采用 I 型或 S 型。其他动线类型有 L 型、U 型。这些动线的适用范围如下。  
①I 型和 S 型动线适用于进出货月台分别位于仓库的两边的情况；  
②L 型动线适用于进出货月台分别位于仓库相邻两边的情况；  
③U 型动线适用于进出货月台位于仓库同侧的情况。  
（2）①减少了拣货人员目视寻找的时间；  
②提高拣货速度及效率，降低拣货错误率（可降到 0.1% 以下）；  
③提高出货配送效率；  
④在线管理，拣货数据在线控制，库存数据一目了然；  
⑤操作简单，人员不需特别培训就能上岗工作。
5. 答：（1）B-to-C。  
（2）电子商务对社会和经济的影响表现在以下方面。  
①电子商务改变了市场商务活动的方式；  
②电子商务给新行业的出现带来了机会；  
③电子商务改变了企业的生产方式；  
④电子商务将带来一个全新的金融业；  
⑤电子商务将改变政府的行为。  
（3）①在 Internet 上进行广告宣传；  
②利用 Internet 发布产品信息；

- ③使用 Web 服务器获取顾客数据和进行交易磋商；
- ④借助 Internet 中间商为客户在庞杂的信息中指点迷津。

商品贸易专业试题（十一）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	C	B	A	C	A	A	B	C	D
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	A	D	C	C	D	A	A	B	A
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
B	B	A	B	C	B	B	C	C	A
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
B	D	C	A	B	D	B	B	C	A
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
B	C	A	C	B	D	B	D	D	C

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：渗透定价。这样定价的前提条件如下。
- （1）有足够大的市场需求；
  - （2）消费者对价格高度敏感，而不是具有强烈的品牌偏好；
  - （3）大量生产能产生显著的成本经济效益；
  - （4）低价策略能有效地打击现存及潜在的竞争者
2. 答：原则是普遍性、非歧视性、非互惠性。目的如下。
- （1）增加发展中国家或地区的外汇收入；
  - （2）促进发展中国家或地区工业化；
  - （3）加速发展中国家或地区的经济增长。
3. 答：产品价格、产品体积和重量、产品的易毁性或易腐性、产品的技术性、定制品和标准品、新产品。
4. 答：（1）确定访问对象；
- （2）确定见面时间和地点；

- （3）确定接近潜在目标顾客的方法和谈话内容；
  - （4）提出具体的工作目标；
  - （5）针对可能出现的各种意外情况，做好充分的准备。
5. 答：定时配送、定量配送、定时定量配送、定时定路线配送、即时配送。
6. 答：推广的途径有两种，一种是通过传统广告媒体来宣传网址，另一种是通过一些著名的搜索系统来“曝光”和推销网址。企业需要传播的信息有商品宣传信息、企业文化信息、服务支持信息、消费者反馈信息、客户互动信息。
7. 答：银行卡在线转账支付、电子现金、电子支票、第三方支付平台结算支付、移动支付。

三、计算题

1. 解：（1）保本价格=单位成本=40+100000÷5000=60（元）
- （2）价格=(100000+5000×40+200000×20%)÷5000=68（元）
- 价格=单位成本×(1+加成率)
- 68=(40+20)×(1+加成率)
- 所以，加成率≈13.33%
2. 解：甲国 2014 年的出口贸易量= $\frac{\text{出口额}}{\text{出口价格指数}}=\frac{388}{100\%-3\%}=400$ （亿美元）
- 甲国 2014 年相对于 2013 年出口贸易的实际规模变动幅度= $\frac{400-320}{320}\times100\%=25\%$
- 甲国 2014 年相对于 2013 年出口贸易的实际规模增加了 25%。

四、综合分析题

1. 答：（1）公共关系。
- （2）优点：影响面广，信任程度高，可提高企业知名度和声誉。
  - 缺点：花费力量较大，效果难以控制。
  - （3）特征：以社会公众为对象，以树立形象为目标，以互惠互利为原则，以长远持久为方针，以真实坦诚为信条，以沟通为手段。
2. 答：（1）新贸易保护主义。
- （2）①保护的商品不断增加；
  - ②限制进口措施的重点从关税转向非关税；
  - ③贸易保护的重心从限制进口转向鼓励出口；
  - ④贸易保护日益系统化、合法化。
  - （3）其他措施有建立商业情报网、组织贸易中心和贸易展览会、组织贸易代表团出访和接待来访、组织出口商的评奖活动。
3. 答：（1）缘故法。使用这种方法的优点如下。
- ①利用自己固有的人际关系，能尽快产生推销业绩，有利于自信心的培养；
  - ②从熟悉的人员中开始推销，有利于克服心理障碍；
  - ③有利于弥补推销起步时技巧上的不足。
  - （2）连锁介绍法。使用这种方法会遇到的心理问题如下。
  - ①事情太多，总是忘记；



- ②不好意思，难以启齿；  
③害怕被拒绝，不能承受打击；  
④不知如何开口，不知从何说起。
4. 答：(1) 第三方物流是创造利润的来源，包括作业利益、经济利益、管理利益、战略利益。  
(2) 第三方物流的运作价值有提高运作效率、客户运作整合、横向或者纵向整合、发展客户运作。  
(3) 第三方物流的经济价值有成本价值、服务价值。
5. 答：(1) 电子商务对社会和经济的影响如下。  
①电子商务改变了市场商务活动的方式；  
②电子商务给新行业的出现带来了机会；  
③电子商务改变了企业的生产方式；  
④电子商务将带来一个全新的金融业；  
⑤电子商务将改变政府的行为。  
(2) 网络营销的特点有超时空限制、多媒体交互、无障碍沟通、经济成本低、柔性化营销、高技术支持。

商品贸易专业试题（十二）

卷一（选择题，共 100 分）

一、选择题

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	A	D	D	D	B	D	D	B	B
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	A	C	D	B	C	D	A	C	A
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
A	C	C	C	D	B	D	D	A	C
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
C	B	B	C	D	B	B	D	A	D
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
B	B	D	A	C	A	B	C	D	D

卷二（非选择题，共 100 分）

二、简答题

1. 答：单一市场集中、产品专业化、市场专业化、选择专业化、完全市场覆盖。
2. 答：(1) 市场趋于饱和，销售量达到最高点；  
(2) 大批生产，成本低，利润达到最高点；  
(3) 很多同类产品进入市场，利润达到最高点；  
(4) 成熟期的后期，销售额不再增长，甚至趋于下降，并且该产品已经基本普及，可能出现了性能更强的新产品，预示着衰退期将要来临；  
(5) 这一时期，顾客一般为大众。
3. 答：(1) 以补贴和出口退税等措施鼓励出口；  
(2) 禁止重要原料的出口，但许可自由输入原料加工后出口；  
(3) 降低和免除出口税；  
(4) 设立特权贸易公司，实行独占性的殖民地贸易政策；  
(5) 与外国签订贸易条约
4. 答：举例说明法。注意问题如下。  
(1) 例证的选择必须实事求是；  
(2) 例证的选择必须适宜；  
(3) 如果条件允许的话，推销人员可以让顾客与事例中的人联系，以证实事例的真实性，效果更佳。
5. 答：拣货流程为：订单处理→拣货资料生成→拣取→分类与集中→放置暂存区。
6. 答：电子商务网上支付系统的功能如下。  
(1) 使用数字签名和数字证书实现对各方的认证；  
(2) 使用加密技术对业务进行加密；  
(3) 使用消息摘要算法以确认业务的完整性；  
(4) 当交易双方出现异议、纠纷时，保证对业务的不可否认性；  
(5) 能够处理贸易业务的多边支付问题。
7. 答：支付网关的主要功能有交易功能、交易异常处理功能、提供仲裁信息功能、提供多种报表功能、提供查询处理功能、计费功能。

三、计算题

1. 解：盈亏平衡点销售量=800000÷25=32000（个）  
设该批产品的总固定成本为 X 元，则  
25=X÷32000+15 X=320000（元）  
设实现 80000 元利润时的销售量为 Y 个，则  
25=[（320000+15Y）+80000]÷Y Y=40000（个）  
实现 80000 元利润时的销售额=25×40000=1000000（元）

2. 解：有效保护率= $\frac{10\%}{\frac{3500-2100}{3500}}\times 100\% = 25\%$

四、综合分析题

1. 答：（1）从产品角度分析，影响分销渠道选择的因素有产品价格、产品体积和重量、产品的易腐性或易毁性、产品的技术性、定制品和标准品、新产品；从市场角度分析，影响分销渠道选择的因素有购买批量大小、消费者的分布、潜在顾客的数量、消费者的购买习惯。
- （2）选择广告媒体时应注意商品本身的特性、广告传播的对象、产品的销售范围、广告媒体的影响力、广告费用。
2. 答：（1）其他新型非关税贸易壁垒。
- （2）非关税贸易壁垒的特点如下。
- ①非关税壁垒比关税壁垒具有更大的灵活性、针对性；
  - ②非关税壁垒比关税壁垒更能达到限制进口的目的；
  - ③非关税壁垒比关税壁垒更具有隐蔽性和歧视性。
- （3）进口配额制、自动出口配额制、进口许可证制、外汇管制、进出口国家垄断、歧视性政府采购、国内税、最低限价制和禁止进口、进口押金制、专断的海关估价、进口商品征税分类、技术性贸易壁垒。
3. 答：（1）A
- （2）适用于上门推销，也适用于店堂推销。
- （3）①吸引潜在目标顾客的注意；
- ②唤起顾客兴趣；
  - ③激发顾客的购买欲望；
  - ④促成交易。
- （4）C
4. 答：公路运输和铁路运输。
- 公路运输的优点：①能实现“门到门”运输；②近距离运输，运送速度快；③运输时包装简单、经济。
- 铁路运输的优点：①运费负担小，特别是大批货物中长距离运输时；②大批货物能一次性有效运输；③安全；④运输网遍及全球各地；⑤不受天气影响。
5. 答：（1）B-to-C。
- （2）市场性质发生的变化如下。
- ①生产厂商和消费者的直接网上交易；
  - ②市场的多样化、个性化和时代化；
  - ③市场细分的彻底化。
- （3）必须关注的环节如下。
- ①展示有特色的购物界面；
  - ②保证交易的安全；

- ③考虑系统的兼容性；
- ④充分地进行数据挖掘；
- ⑤提供高性能的服务器。